



30.3.2022

COMUNICARE CĂTRE MEMBRI

Subiect: Petiția nr. 0932/2021, adresată de Zoltán Bíró, de cetățenie maghiară, privind plasarea de către Google a reclamelor alături sau în conținuturi online controversate

1. Rezumatul petiției

Petiționarul susține că Google plasează reclame alături de conținuturi online extremiste, antisemite, naziste, rasiste, homofobe și misogine. El explică că, deși compania prevede semnalarea reclamelor plasate în medii online neadecvate și deși petiționarul a utilizat repetat această funcție, Google nu a eliminat niciuna dintre reclamele semnalate, în pofida faptului că există obligația explicită de a urmări și de a lua măsuri în privința acestor notificări realizate de către utilizatori cu privire la plasarea neadecvată a reclamelor. Petiționarul susține că deține probe ale acestor reclame sub formă de capturi de ecran și ale măsurilor întreprinse de el pentru a le semnala și că Google nu ia nicio măsură pentru a elimina astfel de reclame din mediile online controversate. Mai mult, el susține că agenții de publicitate (clienți Google) nu au dreptul să plaseze reclame într-un mediu online controversat și că contractele de publicitate pe care le încheie cu Google îl obligă în mod explicit pe acesta din urmă să nu plaseze anunțuri în astfel de medii. Petiționarul oferă un exemplu ipotetic în care exportatorii germani, care folosesc serviciul Google de plasare a reclamelor, ar fi afectați negativ dacă reclama lor ar fi plasată lângă un conținut online nazist și rasist.

Petiționarul solicită UE să informeze agenții de publicitate afectați cu privire la practicile Google în acest sens, astfel încât să poată să intenteze procese judiciare împotriva Google și să fie despăgubiți cu sume care depășesc chiar câteva zeci de miliarde de euro.

Petiționarul solicită respingerea cu fermitate a oricărei posibile explicații oferite de Google care face referire la o lipsă de resurse umane din cauza pandemiei de Covid-19, subliniind o lipsă de credibilitate întemeiată pe profiturile record realizate de Google în timpul pandemiei.

Petiționarul cere UE să folosească cazul Google drept exemplu: să-i interzică accesul pe piața

unică a UE ca organizație extremistă, să informeze organizațiile africane, asiatice și afro-americane despre faptul că Google plasează reclame în medii online rasiste. Petiționarul cere UE să impună Google amenzi de câteva zeci de miliarde de euro, în cazul în care nu îi este interzisă operarea în UE, și subliniază că, cel mai probabil, această practică a Google, va fi reprodusă și în alte versiuni lingvistice, cum ar fi cele ale platformei sale de partajare a materialelor video.

2. Admisibilitate

Declarată admisibilă la 17 ianuarie 2022. Comisia a fost invitată să furnizeze informații [articolul 227 alineatul (6) din Regulamentul de procedură].

3. Răspunsul Comisiei, primit la 30 martie 2022

Observațiile Comisiei

Comisia ia notă de rolul important pe care îl joacă publicitatea online în modelarea fluxurilor de informații. Acesta este un instrument esențial pentru ca întreprinderile legitime să își facă cunoscute ofertele consumatorilor interesați. Acesta este, de asemenea, un flux important de venituri pentru o multitudine de întreprinderi online, inclusiv pentru o gamă largă de proprietari de site-uri web și de aplicații, acoperind mai multe sectoare, de la site-uri jurnalistice la jocuri online, magazine online sau bloguri ale persoanelor fizice.

În același timp, Comisia monitorizează cu atenție practicile ilegale legate de publicitatea online, precum și utilizarea abuzivă și exploatarea publicității de către actorii rău-intenționați. Petiționarul atrage atenția asupra cazurilor în care anunțurile publicitare online legitime sunt plasate lângă conținutul presupus ilegal.

Comisia este conștientă de practicile în care publicitatea online este exploatată de actori rău-intenționați pentru a obține câștiguri monetare. Ei oferă spațiu publicitar pe site-urile lor pentru a genera venituri din publicitate sau pentru a publica conținut pe platformele online și a-l monetiza prin intermediul anunțurilor publicitare. Pentru a-și maximiza veniturile, ei încearcă să maximizeze atractivitatea conținutului lor. Deși, în sine, acesta este un comportament legitim, această secvență de stimulente a fost observată, de asemenea, pentru a stimula campaniile de dezinformare, în cadrul cărora site-urile web prezintă informații înșelătoare, de exemplu cu privire la alegeri, precum și la publicarea discursurilor de incitare la ură care generează dezbinări și uneori ilegale.

Propunerea Comisiei referitoare la Actul legislativ privind serviciile digitale¹ include obligații clare pentru platformele online de a aborda aceste preocupări. În special, pentru platformele online foarte mari, care sunt *de facto* spații publice pentru diseminarea informațiilor, propunerea va impune furnizorilor de servicii să evalueze riscurile pe care le prezintă pentru diseminarea de conținut ilegal, precum și pentru manipularea serviciului lor prin practici precum campaniile de dezinformare. Furnizorii de servicii vor trebui să își analizeze toate sistemele relevante, inclusiv sistemele lor de publicitate, și să reducă riscurile observate. Demonetizarea prin întreruperea publicității poate fi o măsură adecvată de reducere a riscurilor în anumite situații.

¹ COM(2020) 825 final, disponibil la adresa:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX:52020PC0825>

În prezent, propunerea de act legislativ privind serviciile digitale este în discuția colegiatorilor.

În plus, Comisia continuă să abordeze astfel de practici prin eforturi susținute de promovare a cooperării în materie de autoreglementare între agențiile de publicitate, platformele online și intermediarii de publicitate, cum ar fi serviciile Google la care face referire petiționarul. Acest lucru este valabil, de exemplu, în temeiul Memorandumului de înțelegere privind publicitatea și drepturile de proprietate intelectuală², care vizează plasarea de anunțuri pe site-uri care încalcă drepturile de proprietate intelectuală. Acesta este, de asemenea, un punct esențial în revizuirea Codului de bune practici privind dezinformarea³. Orientările Comisiei⁴ în acest sens subliniază importanța veniturilor din publicitate în campaniile de dezinformare. Revizuirea codului este acum extinsă la agenții de publicitate, pe lângă platformele online și alte părți interesate, pentru a aborda în mod holistic această provocare.

Concluzie

Comisia ia act de preocupările petiționarului și atrage atenția asupra eforturilor legislative și de coreglementare în curs menite să asigure respectarea garanțiilor procedurale și acțiuni eficiente în acest sens.

² [Memorandum de înțelegere privind publicitatea online și DPI \(europa.eu\)](#)

³ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>

⁴ [Orientări pentru consolidarea Codului de bune practici privind dezinformarea \(europa.eu\)](#)