



Комісія Європарламенту з внутрішнього ринку та захисту споживачів виступила з рекомендаціями стосовно боротьби з недобросовісною та нав'язливою рекламою, що використовує сучасні технології.

*"Нові прийоми нав'язливої реклами, за допомогою яких рекламодавці видають себе за споживачів на інтернет-форумах або порушують приватний характер даних, щоб торкнутися інтересів того чи іншого споживача, повинні отримувати відсіч через попередження про "поведінкову рекламу" і через обов'язок модераторів форумів забезпечувати дисципліну"* , - йдеться в доповіді парламентської комісії, розповсюджену Європарламентом у четвер у Брюсселі.

Парламентська комісія відзначає, що хоча в директиві ЄС від 2005 року про незаконну комерційну діяльність пропонуються законодавчі рамки для боротьби з введенням в оману або з агресивною рекламою, сьогодні виникли додаткові труднощі, зокрема, в тому, що стосується нових, більш нав'язливих форм реклами, що з'явилися в результаті розвитку рекламних технологій в інтернеті.

Європейські парламентарії стурбовані тим, що практика нав'язливої реклами з використанням особистих мейлів або через соціальні мережі з прямим зверненням до споживача, стала буденною справою. Вони бачать у цьому замах на недоторканність приватного життя шляхом "відстеження споживача".

Доповідь вимагає, щоб у найкоротші терміни було введено правило ясно вказувати на "поведінкову рекламу" у відповідних випадках з використанням "вікна" на екрані комп'ютера, що роз'яснює таку практику. Європарламент просить Єврокомісію та країни-члени ЄС контролювати різні інстанції збору особистих даних. Споживачі повинні одержувати ясну і повну інформацію про деталі збору даних та їх використання. Спеціально уточнюється, що особисті дані можуть зберігатися і використовуватися тільки за згодою споживача.

У доповіді також говориться, що у зв'язку з тим, що директива від 2005 року ще не враховувала приховану рекламу в інтернеті, Єврокомісії та країнам-членам ЄС пропонується брати до уваги цю обставину. Прихована реклама, впроваджена в інтернет-форум, коли його учасники дають коментарі до товарів або послуг, наприклад, рекомендують готелі, може одним натисканням на "миш" комп'ютера не тільки ввести в оману потенційного споживача, але і завдати збитку тому чи іншому підприємству, що пропонує товари або послуги.

Автори доповіді рекомендують державам-членам ЄС інформувати модераторів форумів про небезпеку прихованої реклами та проводити інформаційні кампанії для споживачів про приховану рекламу.

Європейську комісію також просять з метою захисту споживачів від недобросовісної реклами ввести систему "етикетування" європейських веб-сайтів як свого роду сертифікацію рівня захисту даних на тому чи іншому сайті.

Джерело: [Український Бізнес Ресурс](#)