

Google a blocat sau eliminat aproape 3,1 miliarde de reclame online, în 2020 (raport)

Aproximativ 3,1 miliarde de reclame online au fost blocate sau eliminate în cursul anului trecut, reiese dintr-un raport Google privind publicitatea înșelătoare în 2020, publicat miercuri.

În 2020, Google a adaugat sau actualizat peste 40 de politici ce vizeaza publicitatii si domeniile web.

Potrivit sursei citate, gigantul american a blocat sau eliminat circa 3,1 miliarde de reclame online care încalcau politicile si a restrictionat, în plus, 6,4 miliarde de reclame.

"Actiunile de aplicare a politicilor si restrictionare a reclamelor sunt adaptate în functie de diferite criterii - geografie, legislatie locala si programele Google de certificare, astfel încât reclamele afisate sa fie adecvate, legale si reglementate. De exemplu, Google solicita farmaciilor online sa urmeze un program de certificare, iar odata obtinuta certificarea, vor fi afisate reclamele lor doar în tarile unde este legala vânzarea online a medicamentelor cu reteta. În ultimii ani, se remarca o crestere a reglementarilor specifice la nivelul tarilor, iar restrictionarea reclamelor permite sprijinirea agentiiilor de publicitate sa respecte cerintele regionale, cu impact minim asupra campaniilor extinse", se noteaza în raport.

Ca urmare a tehnologiilor folosite si noilor politici, a crescut semnificativ capacitatea de "curatare" a ecosistemului publicitatii online, Google a eliminat reclame de 1,3 miliarde de pagini în 2020, de la 21 de milioane, în 2019. De asemenea, au fost oprite reclamele de la a rula pe 1,6 milioane de domenii, care au înregistrat încălcari, continue si flagrante, ale regulilor.

În plus, Google a blocat aproape 100 de milioane de reclame legate de COVID, în 2020, inclusiv cele pentru tratamente miraculoase, masti N95 (din cauza penuriei) si, cel mai recent, doze false de vaccin.

"De multe ori când se întâmpla un eveniment major, precum pandemia, creste numarul celor care vor sa profite si sa înșele oamenii online. Google a observat în 2020 o crestere a reclamelor oportuniste si intensificare a comportamentului fraudulos. Numarul conturilor de publicitate care au fost dezactivate pentru încălcarea politicilor a crescut cu 70% în 2020, la 1,7 milioane. Au fost blocate si eliminate peste 867 milioane de reclame pentru ca încercau sa eludeze sistemele de detectie, plus un numar de 101 de milioane pentru ca încalcau politicile privind identitatea înșelătoare", mentioneaza sursa citata.

Google precizeaza ca, în ultimii ani, a introdus politici stricte si restrictii pentru entitatile care pot face publicitate electorala si modul în care pot tinti reclamele. De asemenea, au fost lansate librării cu reclame electorale, inclusiv pentru Uniunea Europeana si tarile membre.

La nivel global, compania a continuat sa extinda programul de verificare si a analizat în plus peste 5,400 entitati care au rulat publicitate electorala, în 2020. Astfel, în SUA, dupa ce a fost clar ca rezultatul alegerilor prezidentiale nu va fi imediat, Google a introdus alegerile în categoria evenimentelor sensibile si a suspendat publicitatea electorala dupa ce urnele s-au închis, masura continuata în prima perioada din decembrie 2020.

Totodata, în aceasta perioada, au fost suspendate peste cinci milioane de reclame si au fost blocate reclamele la mai mult de trei miliarde de cautari referitoare la alegeri, candidati si rezultate, iar decizia a fost luata pentru a limita posibilitatea ca reclamele sa amplifice confuzia postelectorala.