# Tisková zpráva

**Nové „cookies“ vzbudily v lidech vlnu odporu**

**Adbros v období od 1. prosince 2021 do 28. února 2022 na sociálních sítích Facebook, Twitter, Instagram a v dalších médiích monitoroval diskuse týkající se novely Zákona o elektronických komunikacích, která vešla v platnost 1. 1. 2022.**

„Sušenku si dáte?“ Cookies jsou tu s námi už dlouho. Znáte to – omylem zabrousíte na e-shop s krmením pro slepice a pak na vás na každém webu vyskakují stejné, velmi užitečné reklamy. Právě novela zákona, která vešla v platnost 1. 1. 2022, umožňuje návštěvníkům webových stránek jednodušší odmítnutí shromažďování údajů k marketingovým účelům pomocí vyskakující lišty. Personalizované reklamy můžete nyní do značné míry omezit.

Podle zjištění naší analýzy, ve které jsme se zaměřili na reakce Čechů na novelu Zákona o elektronických komunikacích na sociálních sítích, se 64 % lidí na sociálních sítích vyjadřuje k novele zákona negativně. Hlavním důvodem je vyskakující lišta, která znemožňuje přečtení obsahu v případě jejího neodkliknutí.

**Pozitivní reakce skoro nebyly**

Celkový názor na novelu Zákona o elektronických komunikacích by se dal shrnout jednoduše: většinu lidí schvalování oprávnění na webových stránkách otravuje. Z výsledků analýzy vyplynulo, že pouze 2 % lidí se k novele vyjádřilo pozitivně.

„Už v prosinci se začaly vyskytovat nesouhlasy, dokonce i expresivní reakce na vyskakovací okna. Lidem vysloveně vadí neustálé odklikávání souhlasu/nesouhlasu na webových stránkách. Mnohá vyskakovací okna návštěvníky webu nepustí ke článku, pokud nezvolí žádnou možnost. Lidé často využívají různé pluginy v prohlížečích, které souhlas/nesouhlas „odkliknou“ za ně.“, komentuje výsledky analýzy Michael Butler, člen našeho analytického týmu.

**Rekordní leden a negativní únor**

Celých 53 % reakcí na novelu zákona o cookies bylo zaznamenáno v měsíci lednu, kdy novela vešla v platnost. Z celkového počtu zmínek v lednu bylo 64 % s negativním sentimentem, s neutrálním 35 %.

„Názory se v lednu opravdu střídaly, ale negativní sentiment převládal. Lidé si začali stahovat pluginy a objevily se dokonce konspirační teorie. Pozitivní zmínka byla v lednu jediná.“, uvádí naše hlavní analytička Mária Matečná.

V únoru byl počet zmínek menší, ovšem poměr negativních zmínek vzrostl na 71 %.

**Názor na cookies je velmi negativní**

Sledovali jsme i obecný názor na cookies na webových stránkách a výsledky byly jednoznačné – 80 % uživatelů se ke cookies vyjadřuje negativně.

„Lidé se ke cookies vyjadřovali opravdu negativně. Často měli obavu z toho, že je weby sledují. K tomu, jak cookies vlastně fungují a k čemu jsou, se vyjádřilo pouze 8 % uživatelů na sociálních sítích. Mezi nimi byli i programátoři, kteří se starají o webové stránky svých klientů.“ dodává k názoru na cookies Michael Butler.

Celkově převládá názor, že uživatelům vadí neustálé odklikávání souhlasu či nesouhlasu na každé webové stránce. Za tímto názorem následovaly i zmínky o tom, že se lidem nelíbí sledování jejich činnosti na internetu.

**Metodika**

Analýza vychází z celkového počtu 3 844 relevantních zmínek za období 1. 12. 2021–28. 2. 2022.

***Adbros*** *je česká společnost zabývající se vývojem a digitálním marketingem se sídlem v Brně. Její tým tvoří více než 60 specialistů z oborů vývoje digitálních systémů a aplikací, analytik, projektového řízení a customer care. Na trhu působí od roku 2006 a během své činnosti spustila 7 vlastních produktů.*

*Více informací najdete na webových stránkách* [*www.adbros.cz*](http://www.adbros.cz)*.*