

Jak Google zamiesza w reklamie

7 maja 2021



W ciągu roku Google wycofa się z używania śledzących ciasteczek w swojej przeglądarce, by „lepiej zadbać o prywatność użytkowników”. Jego propozycja spotkała się z krytyką z wielu stron. Wydawcy i branża reklamowa widzą w tym ruchu zagrożenie dla swoich biznesów, urzędy konkurencji obawiają się dalszego wzmacniania dominującej pozycji cybergiganta, a organizacje broniące prywatności wskazują, że to tylko plasterek na jęczącą się ranę, którą Google sam zadał. O projekcie Privacy Sandbox i jego krytyce rozmawiamy z Marcinem Olendrem, odpowiedzialnym za politykę publiczną i relacje z agencjami rządowymi w Europie Środkowej i Wschodniej firmy Google.