



## Wdrożenie RODO – to się naprawdę opłaca!

Dzisiaj spojrzemy na RODO z nieco innej perspektywy. Parafrazując słynne słowa JFK „Nie pytaj co możesz zrobić dla RODO, zapytaj co RODO może zrobić dla Ciebie”.

Czy wdrożenie RODO da Twojej organizacji jakąkolwiek korzyść, poza uniknięciem kary? Czy jedynym argumentem, którego używasz, aby uzyskać dodatkowe zasoby Twojej organizacji przy wdrożeniu RODO to wysokie kary?

Jeśli jedyną motywacją, która stoi za Twoim wdrożeniem RODO, jest motywacja lękowa, to koniecznie przeczytaj poniższy tekst.

Zamiast straszyć karami, zastanówmy się nad pozytywami płynącymi z dobrego wdrożenia RODO. Są takie? Są, i jest ich całkiem sporo.

### Ważna idea stojąca za RODO

Prace nad RODO trwały ok. 8 lat. Tak dużo czasu było potrzebne na znalezienie możliwego do zaakceptowania kompromisu przez dwie kluczowe grupy interesów. Z jednej strony stali przedstawiciele wielkiego biznesu, dążący do tego, aby RODO jak najmniej ingerowało w ich interesy. Z drugiej strony stali przedstawiciele organizacji pozarządowych, dążący do maksymalnej ochrony naszej prywatności. Znalezienie rozsądnego kompromisu między tymi dwoma grupami wydawało się niemożliwe. A jednak się udało. Cały proces został ukazany w filmie dokumentalnym pt. „Demokracja” (org. Democracy – Im Rausch der Daten), który bardzo polecam.

Treść RODO jest więc efektem pewnego konsensusu dwóch grup, o zupełnie sprzecznych ze sobą interesach i poglądach. Sam fakt, że takie porozumienie udało się wypracować, jest bardzo budujący.

Dla nas, stosujących RODO, kluczowa wartość stojąca za tym aktem prawnym powinna być następująca. Można pogodzić interesy korporacji i ich klientów. Można pogodzić interesy pracowników i pracodawców. Dobre i racjonalne wdrożenie RODO, pozwoli uniknąć bardzo wielu konfliktów. Zarówno wewnętrznych, na linii pracodawca – pracownik, jak i zewnętrznych, czyli tych z naszymi klientami. Ale to jeszcze nie wszystkie korzyści związane z przemyślanym wdrożeniem RODO. Jest ich znacznie, znacznie więcej. Te najistotniejsze opisałem dla Ciebie poniżej.





### Polityka Ochrony Danych wraz z załącznikami

Skorzystaj z naszej oferty i zakup w sklepie pełną wersję Polityki Ochrony Danych wraz ze wszystkimi procedurami i dokumentami w formie załączników.

SPRAWDŹ

## RODO zwiększy Twoją sprzedaż

Już widzę zdziwionych przedstawicieli działów marketingu. RODO to jeden z tych aktów prawnych, które są traktowane przez nich jak główny hamulec działań marketingowych. I oczywiście zgadzam się z tym, że RODO może utrudnić życie. Jednak w wielu przypadkach, może być zupełnie odwrotnie. Oto kilka z przykładów.

### Przykład 1

[Zasada minimalizacji danych](#) mówi o tym, żeby nie przetwarzać więcej informacji o osobie, niż jest to niezbędne. Idąc z duchem tej zasady (a wcześniej zasady adekwatności z poprzedniej ustawy), wielu przedstawicieli branży e-commerce uprościło swoje formularze. Standardem stało się umożliwienie zrobienia zakupów jako gość. Bez rejestrowania się jako klient sklepu. Umożliwienie Twoim klientom zrobienia takich szybkich zakupów, może przełożyć się na większą sprzedaż produktów i usług.






**JESTEM NOWYM UŻYTKOWNIKIEM**

Utwórz konto podając tylko dwie informacje, aby móc szybciej złożyć zamówienie i otrzymywać pocztą nowości dotyczące bieżących trendów i promocji!

**ZAREJESTRUJ SIĘ**

lub

 **ZAREJESTRUJ SIĘ NA FACEBOOKU**

Logując się przez portal społecznościowy, wyrażam zgodę na połączenie mojego konta zgodnie z Polityką Prywatności.

**KONTYNUUJ JAKO GOŚĆ**

## Przykład 2

Obowiązki informacyjne, o których mowa w RODO to w obecnych czasach forma przedstawienia się Twoim klientom. Jeśli w ogóle nie zamieszczasz obowiązków informacyjnych, część Twoich klientów potraktuje Cię niepoważnie. Brak wskazania, kto konkretnie jest administratorem danych osobowych, to bardzo mocny sygnał dla Twoich klientów. Sygnał mówiący, że nie wiedzą komu przekazują swoje dane osobowe i nikt za ten proces nie bierze odpowiedzialności. Licz się z tym, że część osób nie zdecyduje się w takiej sytuacji na zakup Twojej usługi.

Ryzykujesz również wtedy, gdy Twoi klienci zobaczą wyjątkowo długi, skomplikowany i mało konkretny komunikat. To również sygnał świadczący o tym, że być może ktoś pod płaszczykiem wyjątkowo skomplikowanego języka, chce przemycić jakieś niekorzystne dla klientów postanowienia.

Jeśli pójdziesz drogą środka, wdrażając proste i czytelne obowiązki informacyjne, pozyskasz tych wszystkich klientów, którzy przy wyborze dostawcy biorą pod uwagę także dbałość o ich prywatność. Takie podejście prezentuje obecnie coraz szersze grono osób z różnych zawodów i środowisk. Przykład prostej warstwowej klauzuli internetowej znajdziesz na przykład na naszej stronie firmowej: <https://www.lex-artist.pl/kontakt>





LEX ARTIST

[WYŚLIJ](#)

**ADMINISTRATOR DANYCH:**  
Lex Artist sp. z o.o.  
ul. Szańcowa 74/1  
01-458 Warszawa  
tel. (22) 253 28 18  
e-mail: kontakt@lex-artist.pl

**INSPEKTOR OCHRONY DANYCH:**  
Krystian Dobosz  
iod@lex-artist.pl

**CEL PRZETWARZANIA:**  
Dane będą przetwarzane w celu odpowiedzi na wiadomość przesłaną z tego formularza.

**MA PAN/PANI PRAWO DO:**

- Dostępu do treści danych
- Sprostosowania danych
- Usunięcia danych
- Ograniczenia przetwarzania danych
- Wniesienia sprzeciwu
- Wniesienia skargi do organu nadzorczego

Pełna treść klauzuli informacyjnej znajduje się: [tutaj](#).



### Przykład 3

Wdrożenie RODO umożliwi Ci nawiązanie współprac biznesowych, które wcześniej nie były dla Ciebie osiągalne. Nie dotyczy to wszystkich branż. Jednak jeśli chcesz współpracować z bankami, ubezpieczycielami, firmami z branży medycznej czy ogólnie dużymi korporacjami, to bardzo często postawią Ci one konkretne warunki. Tymi warunkami może być np. posiadanie Inspektora Ochrony Danych lub innych elementów związanych z prawidłowym wdrożeniem RODO. Twoja deklaracja może zostać później zweryfikowana poprzez wykonanie [audytu przez taki podmiot](#).

### Przykład 4

Dobrze przygotowane elementy [umowy powierzenia](#) również przełożą się na Twoją sprzedaż. Jeśli Twoja umowa powierzenia jest źle skonstruowana, to musisz się liczyć z długimi i czasochłonnymi negocjacjami z Twoimi klientami. Takie negocjacje przedłużą moment podpisania umowy, będą zużywały Twoje zasoby prawne. W skrajnych przypadkach współpraca w ogóle nie dojdzie do skutku.

Podobnie ma się sytuacja w przypadku błędnych podstaw prawnych. Na przykład kwestii wyboru między powierzeniem, a udostępnieniem. Jeśli błędnie wskażesz/aś proces powierzenia, zamiast udostępnienia





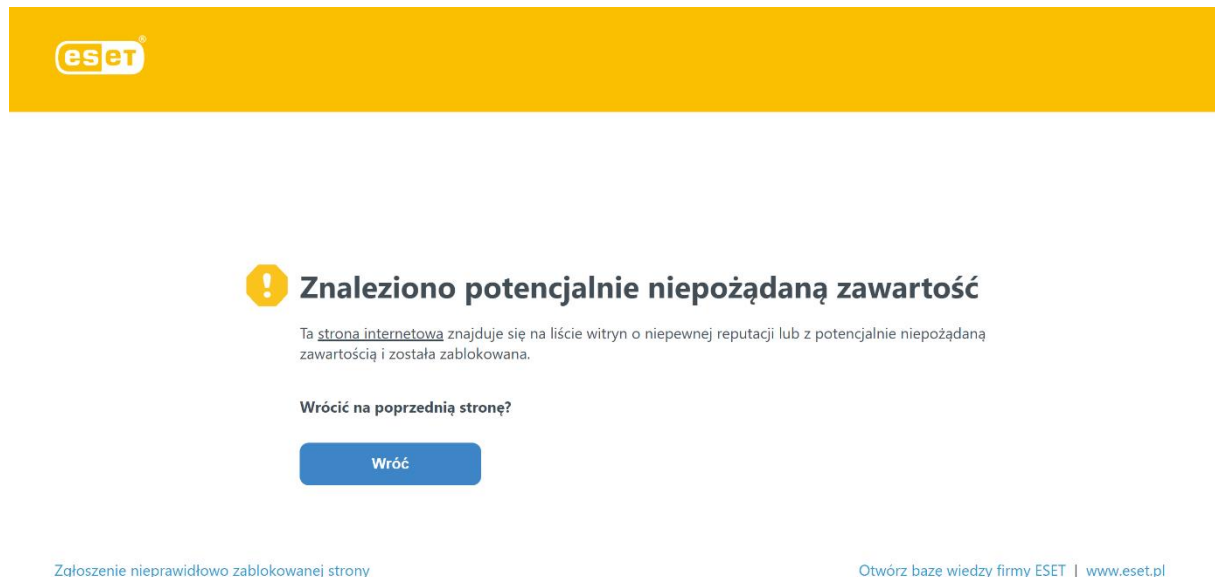
(lub odwrotnie), to Twój proces kontraktowania nowych umów może potrwać długo, a czasem w ogóle zakończyć się fiaskiem. Dobrze skonstruowany proces zawierania umów powierzenia sprawi, że oszczędzisz swoje własne zasoby i zasoby Twojego kontrahenta.

#### Przykład 5

Doświadczeni sprzedawcy z branży e-commerce, doskonale zdają sobie sprawę z wagi ważnego certyfikatu SSL. Dla laików – to ta zielona klódeczka, która znajduje się przy adresie internetowym większości stron internetowych.

SSL, czyli Secure Socket Layer, to protokół sieciowy, który stał się powszechnie przyjętym standardem szyfrowania danych w Internecie. Umożliwia nawiązywanie bezpiecznych połączeń pomiędzy przeglądarką internetową, a serwerem na którym znajduje się strona internetowa. Zapewnia tym samym poufność wszystkim przesyłanym w obie strony informacjom. Koszt takiego certyfikatu nie jest wysoki i waha się pomiędzy 40 a 200 zł rocznie.

Jak wygląda Twoja strona internetowa z perspektywy użytkownika, bez certyfikatu SSL? Bardzo nieciekawie. Na przykład na moim komputerze wygląda ona tak:



Większość programów antywirusowych zablokuje w ten sposób dostęp do Twojej strony. Ale to nie wszystko. Ważny certyfikat SSL ma także istotny wpływ na pozycję Twojej strony internetowej w wyszukiwarkach internetowych. Upraszczając temat: nie dbasz o prywatność i bezpieczeństwo? Twoja strona internetowa nie będzie w ogóle widoczna dla Twoich klientów!





## Przykład 6

Bywa, że hamulcem Twojej sprzedaży są zbyt restrykcyjne i mało czytelne umowy powierzenia przetwarzania danych osobowych. Bezpieczna i zgodna z RODO umowa powierzenia, wcale nie musi liczyć sobie 20 stron. Co więcej, dla niektórych procesów wystarczą zapisy powierzenia, zawarte w regulaminie! Byłem świadkiem wielu sytuacji, kiedy źle przygotowana umowa powierzenia wydłużała proces sprzedaży o całe miesiące, a czasem nawet go uniemożliwiała!

## RODO poprawi relacje w Twojej organizacji

Relacje w Twojej organizacji są ważne. W mojej opinii, to jeden z najistotniejszych obszarów funkcjonowania każdej organizacji. Relacje powinny być zdrowe na różnych poziomach. Złe relacje wewnątrz Twojej organizacji zawsze odbijają się również na Twoich klientach.

## Przykład 1

Zacznijmy od relacji Twojej organizacji z pracownikami. Pracodawcy czasem wykonują działania, które ingerują w prywatność pracowników. Garść przykładów z naszej praktyki:

- 1) Instalacja czytników linii papilarnych w celu ewidencji czasu pracy,
- 2) Instalowanie nadajników GPS w samochodach służbowych,
- 3) Wykorzystywanie wizerunku pracownika na stronie internetowej pracodawcy,
- 4) Wykorzystanie wizerunku pracownika w materiałach marketingowych,
- 5) Monitorowanie odwiedzanych stron www.

I uwaga, większość przedstawionych wyżej działań jest legalna. Pracodawca może je wykonywać i jest to zgodne z RODO. Jednak często wymaga to podjęcia pewnych dodatkowych działań i zakomunikowania ich pracownikom. Jeśli pracodawca chce wiedzieć, jakie dokładnie strony internetowe odwiedza pracownik, korzystając ze służbowego komputera, to może legalnie korzystać z oprogramowania „szpiegującego”. Jest jednak jeden kluczowy warunek, o którym nie można zapomnieć. Pracownik musi wiedzieć, że pracodawca monitoruje jego ruch w sieci.

I tu wracamy do idei stojącej za RODO, o której pisałem na początku artykułu. Pewien poziom monitorowania jest legalny. Nie trzeba pytać pracownika o zgodę. Jednak ma on pełne prawo wiedzieć, że takie działania są prowadzone. Takie zasady wydają się być fair dla obu stron. Pracownicy docenią





fakt, że nikt przed nimi niczego nie ukrywa. Jednocześnie mało rzeczy tak psuje relacje pracownik – pracodawca, jak prowadzenie niekomunikowanej inwigilacji. Atmosfera wzajemnej podejrzliwości, braku zaufania, nigdy nie sprzyja rozwojowi organizacji.

Bardzo podobnie wygląda sytuacja np. w przypadku wykorzystywania wizerunku pracownika. Jeśli pracownik nagle niespodziewanie zobaczy swoje zdjęcie na stronie internetowej pracodawcy, może czuć duży dyskomfort. Na takie działanie powinna być wyrażona odrębna zgoda.

RODO tworzy pewien zbiór reguł i zasad dotyczący prywatności w Twoim zespole. Ten zbiór reguł został dobrze przemyślany i wielokrotnie sprawdzony. Nie musisz wymyślać koła na nowo. Jeśli chcesz budować dobrą atmosferę w Zespole, nie zapomnij o czymś, co jest w mojej opinii znacznie ważniejsze niż casual friday czy owocowy wtorek.

#### Przykład 2

Na atmosferę w Zespole wpływa bardzo wiele czynników. Nie tylko jakość współpracy z samą organizacją. Jednym z nich jest poczucie pracownika, że organizacja w której pracuje, działa w zgodzie z przepisami prawa. To poczucie jest potrzebne w wielu sytuacjach. Daje pewność i swobodę w relacji z klientem. Daje bezcenne poczucie bezpieczeństwa. Można je opisać w następujący sposób: „nie muszę nic ukrywać przed klientem. Nasz proces jest legalny, RODO jest wdrożone”. Poczucie bezpieczeństwa przekłada się na relacje w Zespole oraz relacje z klientami. Wnosi ogromną wartość i jest w mojej opinii niezbędnym elementem dla budowania dobrej atmosfery w Zespole.

#### Przykład 3

Spójrzmy też na relacje w Twojej organizacji z perspektywy wertykalnej. Dobre wdrożenie RODO, wymusza zbudowanie konkretnego i rozliczalnego systemu odpowiedzialności. W takim systemie nie ma miejsca na wątpliwości i spory dotyczące np. tego, kto i co powinien zrobić, kiedy wydarzy się incydent RODO. W wielu organizacjach problemem jest np. precyzyjny zakres odpowiedzialności Inspektora Ochrony Danych i innych osób odpowiadających za zgodność z RODO. W mojej opinii dobre wdrożenie RODO powinno wyeliminować wszelkie spory i wątpliwości w tej materii. Więcej na ten temat pisaliśmy na naszym blogu w artykule [poświęconym strukturze organizacyjnej ochrony danych osobowych](#).

#### Przykład 4





Jest jeszcze jeden poziom relacji, o którym warto wspomnieć. Nie występuje on co prawda we wszystkich organizacjach, jednak warto o nim wspomnieć. Jeśli Twoja organizacja działa w ramach grupy kapitałowej, to wdrożenie RODO (w większości przypadków), będzie musiało być spójne z procedurami dla całej grupy. Być może czekają Cię spotkania video lub audyty z Centrali. A być może to Ty patrzysz na proces z perspektywy Centrali i chcesz, aby inne spółki prezentowały podobny poziom wdrożenia RODO. Niezależnie od Twojej roli w całym procesie, odpowiednie wdrożenie RODO ma przełożenie na relacje z innymi spółkami z Grupy. Jeśli wdrożenie będzie zbyt sformalizowane, nie uwzględni przepisów lokalnych, to może narazić całą Twoją organizację na wysokie koszty. Jeśli każda spółka z grupy wdroży RODO inaczej i we własnym zakresie, stracisz możliwość zoptymalizowania pewnych wspólnych procesów. Niezależnie od Twojej pozycji, dobre lub złe wdrożenie RODO na poziomie globalnym, przełoży się na jakość relacji w grupie. Jeśli to Centrala kontroluje Ciebie, to zdecydowanie warto być tą spółką, która zyska uznanie w oczach Centrali.

## RODO da Ci korzyści wizerunkowe

Na wizerunek Twojej organizacji składa się wiele różnych elementów. Strona internetowa, wygląd biura, jakość produktów, jakość obsługi. Od pewnego czasu, nieodłącznym elementem, mającym wpływ na wizerunek Twojej organizacji, jest też jakość wdrożenia RODO. Istnieje coraz większe grono ludzi świadomych swoich praw, którzy patrzą na Twoją organizację również przez pryzmat RODO.

### Przykład 1

Odpowiednio przeszkoleni pracownicy mają kluczowe znaczenie przy budowaniu relacji z Twoimi klientami. Jeśli pracownik nie czuje się pewnie i komfortowo, zbierając dane osobowe, Klient to zauważy. Konsumenci są coraz bardziej świadomi swoich praw, coraz częściej zadają pytania związane z przetwarzaniem danych osobowych. Jeśli Twój Zespół potrafi na nie odpowiedzieć spokojnie i rzeczowo, to zaufanie klienta do Twojej organizacji rośnie. Czasem decydują szczegóły i detale. Ja osobiście do dzisiaj pamiętam sytuację z urzędu mojej dzielnicy (Warszawa – Bemowo). Czekałem w kolejce do aktualizacji wpisu do CEIDG. Kiedy nadeszła moja kolej, następnii interesanci stali bardzo blisko mnie i słyszeli informację, które podawałem urzędnicze. Reakcja urzędniczki była natychmiastowa, grzecznie poprosiła interesantów o cofnięcie się za żółtą linię i zwiększenie dystansu. Powołała się na ochronę mojej prywatności. Poczułem się bardzo zadbany jako klient urzędu i zapamiętałem sytuację na dłużej.







Takie działanie nie wymaga żadnych dużych nakładów finansowych. Wystarczy namalować żółtą linię i odpowiednio przeszkolić pracowników. Jednocześnie korzyść wizerunkowa jest ogromna. O powyższej sytuacji wspominałem na wielu szkoleniach, a teraz robię to w formie artykułu na blogu. Jeden prosty gest i Urząd Dzielnicy Warszawa Bemowo zyskał darmową reklamę 😊

#### Przykład 2

Jeśli w Twoim punkcie obsługi klienta nie zapewnisz odpowiedniego poziomu prywatności, zostanie to odebrane negatywnie. Nikt nie chce dzielić się swoimi danymi osobowymi z pozostałymi klientami. Zwłaszcza jeśli w grę wchodzi na przykład numer PESEL i data urodzenia. Nie zawsze masz możliwość przyjmowania interesantów w osobnych pomieszczeniach. Ale możesz zadbać chociaż o przepierzenia między poszczególnymi punktami przyjęć interesantów.

#### Przykład 3

Czasem poświęcenie nieadekwatnie dużego poziomu uwagi na kwestie związane z RODO, może zostać odebrane negatywnie. Jeśli Twój obowiązek informacyjny zajmuje 10 stron i jest sporządzony w sposób mało przyjazny, zrazisz do siebie potencjalnych klientów. To samo tyczy się obowiązku informacyjnego odtwarzanego przy kontakcie z infolinią. Dziesięć minut słuchania monotonnego głosu informującego nas o zasadach wynikających z... Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych). Uff... a przecież można informować prosto, przejrzysto i zastosować [tzw. warstwowy obowiązek informacyjny, o czym pisaliśmy już na naszym blogu](#).

Niektóre organizacje zbierają [zgody na przetwarzanie danych osobowych](#), tam gdzie nie jest to konieczne. To również sytuacja, która nie jest korzystna wizerunkowo. Klient nieprzyzwyczajony do zostawiania zgody na przetwarzanie danych osobowych (np. przy okazji zakupów w Internecie), będzie zdziwiony dodatkową formalnością. Może podejrzewać złe zamiary i chęć przemycenia dodatkowego marketingu pod płaszczykiem zebranej zgody.





## RODO pozwoli Ci na obniżenie kosztów

Dobre funkcjonowanie RODO w Twojej organizacji wymaga pracy. Jednak jeśli ta praca jest dobrze wykonana, to znajdziesz również oszczędności. Poniżej kilka przykładów.

### Przykład 1

Retencja, czyli trwałe niszczenie danych po zakończeniu okresu ich przydatności to dla Ciebie oszczędność. Jeśli mówimy o danych przetwarzanych w wersji elektronicznej, to pamiętaj, że miejsce na serwerach i dyskach twardych również kosztuje. Im większe są zasoby Twojej organizacji, tym większe koszty przechowywania informacji ponosisz. To nie tylko koszty sprzętu (np. serwerów) ale ich obsługi, prądu etc. Dzięki cyklicznej i skutecznej retencji, zyskasz więcej wirtualnej przestrzeni i realnie obniżysz stałe koszty.

Podobnie ma się sprawa z retencją danych w wersji papierowej. Zwalniasz fizyczną przestrzeń w Twoim biurze. Ona również kosztuje Twoją organizację konkretne pieniądze.

### Przykład 2

Prawidłowe wdrożenie zasady minimalizacji, również przełoży się na niższe koszty. Krótkie i proste formularze, to czas pracy Twoich pracowników. A także czas, który na ich wypełnienie poświęcą Twoi klienci. Jeśli Twoi klienci i pracownicy, zadają Ci pytanie, np. „dlaczego zbieramy informację o imionach rodziców w formularzu rejestracyjnym?”, to może czas uprościć formularz.

### Przykład 3

Każdy incydent czy roszczenie Twoich klientów, związane z nieczytelnymi formularzami lub procedurami RODO, wygeneruje dodatkowe koszty czasowe. Jeśli wszystkie procedury i formularze są zoptymalizowane, a pracownicy wiedzą co mają robić, oszczędzasz najcenniejsze zasoby swojej organizacji – czas. Nie tylko swojej organizacji, czas Twoich klientów też jest ważny!

### Przykład 4

Na obniżenie kosztów funkcjonowania Twojej organizacji, przełoży się także dobrze wdrożone [procedury privacy by design oraz privacy by default](#). Mają one służyć optymalizacji projektów pod kątem RODO.





Już na etapie ich planowania i projektowania. Wielokrotnie byłem świadkiem projektowania różnych systemów informatycznych, formularzy czy stron internetowych, bez zaangażowania w proces osób zajmujących się RODO. W efekcie często powstały błędne procedury, formularze, czy całe systemy informatyczne, które nie spełniały wymogów RODO. W większości sytuacji uwzględnienie wymogów RODO, będzie się sprowadzało do niewielkich modyfikacji. W momencie projektowania systemu czy strony internetowej, ich wdrożenie jest proste i tanie w realizacji.

Jeśli jednak konieczność zmiany systemu wyniknie np. ze skargi naszego klienta, to na tanią modyfikację może być już za późno.



**Osiągnij zgodność z RODO. Zostań Super IOD!**

Wiedza przekazywana w przystępny sposób przez wykładowców – praktyków (możesz spotkać ich artykuły na naszym blogu ;), kameralne grupy szkoleniowe, praktyczne wzory i szablony dokumentów i procedur, egzamin zakończony wydaniem certyfikatu. To tylko niektóre z zalet naszego kursu.

**Sprawdź terminy:**

**SPRAWDŹ**

## RODO pozwoli Ci na lepszą kontrolę Twoich dostawców

Za każdym razem, kiedy powierzasz dane osobowe dostawcy, powinieneś zadbać o umowę powierzenia. Rekomendujemy także regularne audytowanie dostawców. Zdecydowanie więcej o procedurze audytu dostawców, dowiesz się z [naszego artykułu w pełni poświęconego temu zagadnieniu](#).

Jeśli Twojemu dostawcy (procesorowi), przydarzy się jakiś incydent danych osobowych, to Twoja pozycja negocjacyjna, jest zupełnie inna, jeśli dysponujesz dobrze przygotowaną umową powierzenia.

Audytowanie procesorów, może przynieść Ci korzyści biznesowe, jeśli nie są oni z Tobą uczciwi. Brak deklarowanego wdrożenia RODO u procesora pomoże Ci wynegocjować odszkodowania albo wycofać





się ze współpracy. Byłem świadkiem wielu sytuacji, kiedy błędy w zakresie RODO u procesorów, pozwalały naszym klientom wynegocjować lepsze warunki współpracy.

Z drugiej strony, jeśli będziesz zbyt restrykcyjny/a dla swoich dostawców, to częstymi audytami możesz wygenerować dodatkowy koszt i utrudnić relację z procesorem. Ważne jest zachowanie odpowiednich proporcji między zaufaniem i kontrolowaniem.

## Podsumowanie

Język korzyści przemawia do większości ludzi znacznie bardziej, niż straszenie karami. Czy powyższe korzyści i benefity płynące z wdrożenia RODO są dla Ciebie wystarczająco istotne? A może chcesz się podzielić swoim doświadczeniem? Zapraszam do komentarzy i dyskusji.

### **Autor artykułu:**

Przemysław Zegarek, Prezes Zarządu Lex Artist

### Źródła:

- [Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady \(UE\) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE \(ogólne rozporządzenie o ochronie danych\)](#)

