





# RODO - aktualności

29 listopada 2021 r.

# UWAGA!

Tezy przedstawione w artykułach, zamieszczone w niniejszym materiale i niebędące wytycznymi organu nadzorczego albo orzeczeniami sądów lub organów administracji publicznej, stanowią wyłącznie opinię ich autorów i nie są oficjalnym stanowiskiem Lex Artist Sp. z o.o.

01

EROD przyjęła wytyczne w sprawie wzajemnych relacji pomiędzy art. 3 i rozdziałem V RODO

02

Czy cookies to dane osobowe?

03

UODO: Użytkownik ma prawo zobaczyć swój profil marketingowy

04

1,3 mln Polaków robiąc e-zakupy padało ofiarą wycieku danych

05

Spam wypadnie ze skrzynki - reklama udająca e-mail tylko na życzenie

# 01

## EROD przyjęła wytyczne w sprawie wzajemnych relacji pomiędzy art. 3 i rozdziałem V RODO

- przyjęcie wytycznych w sprawie wzajemnych relacji pomiędzy art. 3 i rozdziałem V RODO – to jedna z głównych decyzji podjęta przez Europejską Radę Ochrony Danych podczas 57. posiedzenia plenarnego, które odbyło się 18 listopada 2021 r. w Brukseli
- wytyczne zawierają wyjaśnienie zależności pomiędzy terytorialnym zakresem stosowania RODO (art. 3) a przepisami dotyczącymi międzynarodowego przekazywania danych zawartymi w rozdziale V
- wytyczne mają na celu pomoc administratorom i podmiotom przetwarzającym w UE w ustaleniu, czy operacja przetwarzania stanowi międzynarodowe przekazywanie danych.
- wytyczne określają łącznie trzy kryteria, które kwalifikują przetwarzanie jako przekazywanie:
  - 1) podmiot przekazujący dane (administrator lub podmiot przetwarzający) podlega RODO w odniesieniu do danego przetwarzania
  - 2) podmiot przekazujący dane przesyła lub udostępnia dane osobowe podmiotowi odbierającemu dane (innemu administratorowi, współadministratorowi lub podmiotowi przetwarzającemu)
  - 3) podmiot odbierający dane znajduje się w państwie trzecim lub jest organizacją międzynarodową
- wytyczne zostaną skierowane do konsultacji publicznych, które potrwają do końca stycznia 2022 r.

Źródło: <https://uodo.gov.pl/pl/138/2220>

## 02 Czy cookies to dane osobowe?

- cookie, czyli inaczej ciasteczko, to niewielki plik tekstowy zapisywany w pamięci komputera przez przeglądarkę, otwierany przy kolejnych wejściach na stronę
- rośnie grono prawników, którzy uważają, że stosuje się do nich RODO – nie wszyscy jednak z tym zgadzają
- argumenty za: ciasteczka mają zidentyfikować co najmniej urządzenie, z którego się korzysta, a więc laptop czy telefon, a tak naprawdę jego użytkownika o ile jest to możliwe, dzięki nim można dowiedzieć się o danej osobie praktycznie wszystko, nie trzeba znać ani nazwiska ani dokładnego adresu a więc: w jakim mieście mieszka, ile ma lat, jakie są jej zainteresowania, poglądy polityczne etc. - z tego powodu stosuje się RODO do cookies
- argumenty przeciw: oczywiście czasem podstawową funkcją cookies może być także śledzenie użytkowników na różnych portalach, sam plik nie jest daną osobową, tylko może być nośnikiem pewnych informacji, istotniejszym pytaniem będzie wówczas, kto ma dostęp do pliku i co te informacje dla niego znaczą
- w 2020 r. rozpoczęły się prace nad polskim projektem ustawy – Prawo komunikacji elektronicznej, ma ono zastąpić obowiązujące prawo telekomunikacyjne oraz wdrożyć do polskiego porządku prawnego dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1972 z 11 grudnia 2018 r., ustanawiającej Europejski kodeks łączności elektronicznej

Źródło: <https://www.prawo.pl/biznes/czy-stosuje-sie-rod-do-cookies,511936.html>

# 03

## UODO: Użytkownik ma prawo zobaczyć swój profil marketingowy

- tworzony przez firmy reklamowe profil marketingowy stanowi zbiór danych osobowych, z którymi może się zapoznać każdy użytkownik, którego ten profil dotyczy - zdecydował Urząd Ochrony Danych Osobowych
- decyzja jest konsekwencją skargi na Onet i Interię złożonej przez Fundację Panoptikon
- decyzja jest efektem skargi, którą w styczniu 2019 r. złożyła do UODO Fundacja Panoptikon
- według organizacji decyzja urzędu jest przełomowa – przede wszystkim urząd przyznał rację aktywistom, którzy od początku stosowania RODO twierdzą, że danymi osobowymi są nie tylko informacje podane wprost (jak adres e-mail), ale też te „wynioskowane” przez firmy na podstawie zachowania użytkowników i użytkowniczek w sieci
- według podanych informacji Interia, której dotyczyła skarga, nie zakwestionowała decyzji UODO – przyznała jednak, że nie może Panoptikonowi udostępnić profilu marketingowego, bo... sama nie ma do niego dostępu
- takie profile z danych uzyskanych przez strony Interii tworzą podmioty trzecie – firmy z branży reklamowej i to właśnie im użytkownicy i użytkowniczki udzielają „zgody” na śledzenie w celach reklamowych (czyli tworzenie takich profili marketingowych), kiedy zamykają baner witający ich na danej stronie internetowej

Źródło: <https://www.wirtualnemedi.pl/artikul/uodo-panoptikon-rod-dane-decyzja> <https://panoptikon.org/uodo-mamy-prawo-poznac-swoj-profil-marketingowy>

# 04

## 1,3 mln Polaków robiąc e-zakupy padało ofiarą wycieku danych

- ofiarą wycieku danych padło blisko 1,3 mln Polaków podczas e-zakupów - wynika z badania dot. rzetelności sklepów internetowych
- ok. 760 tys. konsumentów zapytano podczas składania zamówienia w e-sklepie o PESEL, który nie jest niezbędny przy tego typu transakcjach
- zgodnie z badaniem "Rzetelność sklepów internetowych" na zlecenie ChronPESEL.pl i Rzetelnej Firmy, współpracujących z Krajowym Rejestrem Długów najczęściej z prośbą o PESEL robiący zakupy online spotykali się podczas dokonywania płatności (43 proc. wskazań) oraz w trakcie rejestracji w serwisie sklepu (29 proc.), w przypadku 17 proc. badanych sprzedający poprosił o niego podczas wystawiania faktury
- e-sklepy nie powinny wymagać od kupującego danych, które nie są niezbędne do transakcji
- z badania wynika też, że co czwarty ankietowany słyszał o wycieku danych osobowych klientów ze sklepu, z którego korzystał, a w przypadku 6 proc. osób robiących zakupy w internecie, do udostępnienia ich danych niepowołanym osobom rzeczywiście doszło

Źródło: <https://www.dlahandlu.pl/e-commerce/wiadomosci/1-3-mln-polakow-robiac-e-zakupy-podalo-ofiara-wycieku-danych,103699.html>



# 05

## Spam wypadnie ze skrzynki - reklama udająca e-mail tylko na życzenie

- użytkownicy darmowych skrzynek pocztowych nie mogą bez zgody dostawać reklam ukrytych między korespondencją – uznał TSUE
- darmowe skrzynki e-mail są darmowe tylko z nazwy - korzystanie z nich co prawda nie uszczupla portfela, ale użytkownicy płacą w inny sposób - swoimi danymi osobowymi, prywatnością i czasem poświęcanym na oglądanie reklam
- przekaz marketingowy jest często również skrywany między właściwymi e-mailami – tak też się dzieje na niemieckim portalu T-Online, którego klientom wyświetlano także ofertę jednego z dostawców energii elektrycznej
- konkurencyjna firma uznała to za zabronioną praktykę rynkową i wystąpiła do sądu o jej zakazanie
- spór trafił ostatecznie do Federalnego Trybunału Sprawiedliwości, a ten postanowił zasięgnąć opinii Trybunału Sprawiedliwości UE
- TSUE zgodził się z rzecznikiem generalnym, który w przedstawionej wcześniej opinii podkreślił, że tego typu komunikaty reklamowe mają wiele cech klasycznego spamu - pojawiając się na tej samej liście co prywatne e-maile, wymagają tej samej uwagi i tej samej czynności dla ich usunięcia, co e-maile niezamówione (spam), stopień ich uciążliwości wydaje się podobny
- użytkownik może stosunkowo łatwo pomylić taką wiadomość, a klikając na nią, może zostać przekierowany na stronę reklamodawcy, choć jego zamiarem było przeczytanie korespondencji
- wyrok niesie ze sobą bardzo daleko idące konsekwencje dla dostawców darmowej poczty

Źródło: <https://www.gazetaprawna.pl/firma-i-prawo/artykuly/8301907,dodaje-ze-nowe-przepisy-moga-byc-w-podobnych-sytuacjach-obchodzone-tak-jak-obecnie.html>

*Niniejszy dokument bez zezwolenia nie może być w żaden sposób wykorzystywany,  
w szczególności rozpowszechniany i kopiowany.*