





# RODO - aktualności

6 marca 2023 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

„Ochrona danych osobowych w cyfrowej dżungli” – start konkursu dla uczniów.

02

Prowadzenie e-kampanii marketingowych to cały czas nie lada wyzwanie

03

Rozpoczęcie skoordynowanego egzekwowania przepisów dotyczących roli inspektorów ochrony danych

# 01 „Ochrona danych osobowych w cyfrowej dżungli” – start konkursu dla uczniów.

- Prezes UODO zaprasza uczniów szkół podstawowych i ponadpodstawowych uczestniczących w XIII edycji programu „Twoje dane – Twoja sprawa” do wzięcia udziału w konkursie pod hasłem „Ochrona danych osobowych w cyfrowej dżungli”. Dodatkowo w oddzielnym konkursie wybierzemy najlepszą inicjatywę edukacyjną zrealizowaną w bieżącej edycji programu. Konkursy startują 9 marca 2023 r., a laureatów poznamy w maju tego roku.
- Celem konkursu jest zachęcenie młodych ludzi do głębszego zainteresowania się problematyką ochrony prywatności i danych osobowych w Internecie, popularyzowanie wiedzy o ochronie danych osobowych, a także podkreślenie istotnej roli tematyki ochrony prywatności i danych osobowych w życiu każdego człowieka.
- Konkurs polega na nagraniu i zmontowaniu filmiku krótkometrażowego w formie rolki (reels) lub przygotowaniu pracy artystycznej w formie rysunku czy komiksu pt. „Ochrona danych osobowych w cyfrowej dżungli”.
- Z kolei celem konkursu dla szkół i placówek doskonalenia nauczycieli jest promowanie najciekawszych inicjatyw edukacyjnych, upowszechnianie wiedzy o ochronie danych osobowych i prawa do prywatności wśród młodych ludzi, a także działanie na rzecz poszerzenia i pogłębienia wiedzy czy wzrostu świadomości uczniów i nauczycieli w obszarze ochrony danych osobowych.

Źródło: <https://www.uodo.gov.pl/pl/527/2646>

## 02 Prowadzenie e-kampanii marketingowych to cały czas nie lada wyzwanie

- RODO postawiło przed podmiotami realizującymi e-kampanie marketingowe nowe wyzwania już dobrych kilka lat temu, to cały czas jest to działalność na granicy ryzyka. I w zasadzie będzie tak do czasu, aż niejednoznaczna praktyka stosowania przepisów RODO w odniesieniu do działań marketingowych ulegnie zmianie poprzez zatwierdzenie przez Urząd Ochrony Danych Osobowych projektu Kodeksu dobrych praktyk w zakresie ochrony danych osobowych w działaniach marketingu bezpośredniego. Został on złożony do urzędu w maju ubiegłego roku przez Polskie Stowarzyszenie Marketingu. Kodeks ten może niewątpliwie przyczynić się do ujednolicenia wykładni i właściwego stosowania przepisów, ale należy liczyć się z wielomiesięczną procedurą jego zatwierdzenia.
- Rozsyłając wiadomości marketingowe za pośrednictwem korespondencji e-mail/SMS, o ile kampania dotyczy usług własnych, należy prawidłowo określić podstawę do przetwarzania danych osobowych adresatów kampanii. Nie jest jednoznaczne w takich przypadkach, czy wymagane jest pozyskanie zgody na przetwarzanie danych osobowych. Ścierają się tutaj dwa poglądy – z jednej strony podstawą do przeprowadzenia takich działań może być zgoda adresata na przetwarzanie danych osobowych, z drugiej strony administrator (nadawca treści) może powołać się na swój uzasadniony interes (marketing usług własnych) i nie pozyskiwać zgody na gruncie RODO.
- *Mając prawidłowo określoną podstawę do przetwarzania danych osobowych na gruncie RODO, stosując odpowiednie środki techniczne i organizacyjne w celu zapewnienia ochrony danych osobowych, administrator powinien zweryfikować, czy nie jest wymagane pozyskanie innych dodatkowych zgód, np. na podstawie prawa telekomunikacyjnego lub ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Treść i zakres tych zgód będą zależały od tego, czy adresatem treści marketingowych jest osoba fizyczna (wówczas wymagane są obie takie zgody) czy inny podmiot (wówczas wymagana będzie zgoda na podstawie prawa telekomunikacyjnego).*

Źródło: <https://www.gazetaprawna.pl/firma-i-prawo/artykuly/8675655,rowadzenie-e-kampanii-marketingowych-to-caly-czas-nie-lada-wyzwanie.html>

# 03 Rozpoczęcie skoordynowanego egzekwowania przepisów dotyczących roli inspektorów ochrony danych

- Bruksela, dnia 15 marca – Europejska Rada Ochrony Danych rozpoczęła skoordynowane egzekwowanie przepisów dotyczących roli inspektorów ochrony danych
- Jako pośrednicy między organami ochrony danych, osobami fizycznymi i jednostkami biznesowymi organizacji, inspektorzy ochrony danych odgrywają zasadniczą rolę w przyczynianiu się do przestrzegania przepisów o ochronie danych i promowaniu skutecznej ochrony praw osób, których dane dotyczą. Aby ocenić, czy DPO mają pozycję w swoich organizacjach wymaganą przez art. 37–39 RODO i zasoby niezbędne do wykonywania ich zadań, organy ochrony danych będą na szczeblu krajowym na wiele sposobów będą pozyskiwać informacje:
  - Inspektorzy ochrony danych otrzymają kwestionariusze ułatwiające ustalanie faktów lub kwestionariusze w celu ustalenia, czy uzasadnione jest formalne dochodzenie;
  - wszczęcie formalnego postępowania wyjaśniającego;
  - działania następcze w związku z toczącymi się formalnymi dochodzeniami.
- Wyniki wspólnej inicjatywy zostaną przeanalizowane w skoordynowany sposób, a organy ochrony danych podejmą decyzję w sprawie ewentualnych dalszych krajowych działań w zakresie nadzoru i egzekwowania przepisów.

Źródło: [https://edpb.europa.eu/news/news/2023/launch-coordinated-enforcement-role-data-protection-officers\\_en](https://edpb.europa.eu/news/news/2023/launch-coordinated-enforcement-role-data-protection-officers_en)

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