



# **RODO**

## **w e-commerce, marketingu i telemarketingu**

Aleksandra Piotrowska  
adwokat, ekspert ds. ochrony danych w ODO 24 Sp. z o.o.

WEBINARIUM DOSTĘPNE TAKŻE W





# Ochrona Danych Osobowych

BEZPIECZEŃSTWO INFORMACJI



# RODO w e-commerce, marketingu i telemarketingu



## Dane osobowe to...

Dane osobowe to nie tylko informacje podane świadomie przez osobę, lecz także:

- dane zaobserwowane - nie są podawane bezpośrednio przez osobę, ale rejestrowane na przykład przez obserwację jej ruchów na stronie internetowej,
- dane pochodne - wywnioskowane za pomocą metod analitycznych.

$$A + B = C$$



## Motyw 30 RODO

Osobom fizycznym mogą zostać przypisane identyfikatory internetowe – takie jak adresy IP, identyfikatory plików cookie – generowane przez ich urządzenia, aplikacje, narzędzia i protokoły, czy też inne identyfikatory, generowane na przykład przez etykiety RFID. Może to skutkować zostawianiem śladów, które w szczególności w połączeniu z unikatowymi identyfikatorami i innymi informacjami uzyskiwanymi przez serwery mogą być wykorzystywane do tworzenia profili i do identyfikowania tych osób.



Konieczność posiadania podstawy prawnej przetwarzania dotyczy wszystkich kategorii danych osobowych – nie tylko tych bezpośrednio podanych, lecz także tych zaobserwowanych i pochodnych.



## Motyw 47 RODO

Za działanie wykonywane w prawnie uzasadnionym interesie można uznać przetwarzanie danych osobowych do celów marketingu bezpośredniego.



# RODO: Poradnik dla sektora FinTech

„Przetwarzanie danych osobowych w celach marketingowych zasadniczo nie wymaga odbierania zgody i może odbywać się na podstawie przesłanki prawnie uzasadnionych interesów przedsiębiorcy.”





# Cel przetwarzania i prawdopodobna podstawa prawna przetwarzania

Cel przetwarzania	Podstawa prawna: art. 6 ust. 1 lit.
Badanie zachowań i preferencji osób korzystających z usług, przeprowadzane celem: <ul style="list-style-type: none"><li>personalizowania oraz udoskonalania sposobu funkcjonowania stron internetowych czy serwisów lub</li><li>zapewnienia nowych funkcjonalności technicznych usługi</li></ul>	f
Cele statystyczne - działania podejmowane w trakcie trwania umowy	f
Wykorzystywanie technologii rozpoznawania twarzy celem podpowiadania, kto widnieje na zdjęciach	a
Marketing internetowy własnych produktów i usług	a lub f
Marketing internetowy produktów i usług podmiotów trzecich	a
Konkurs	a, b lub f
Newsletter	a, b lub f*
Telemarketing	f

# Wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 22 marca 2017 r.

II FSK 394/15

Zasadniczo pojęcie konkursu zawiera w sobie kilka elementów. W pierwszej kolejności powinno nastąpić **ogłoszenie konkursu wraz ze stosownym regulaminem, określającym min. organizatora i uczestników konkursu, zasady rywalizacji, zasady wyboru zwycięzców i nagrody**. Następnie uczestnicy konkursu powinni podjąć stosowne działania, określone w regulaminie, które z samej natury konkursu winny zawierać w sobie element rywalizacji. **Zakończeniem konkursu, który jest wynikiem współzawodnictwa uczestników konkursu, jest ogłoszenie wyników i nierzadko rozdanie nagród.**

## Art. 919 § 1 Kodeksu cywilnego

Kto przez ogłoszenie publiczne przyrzekł nagrodę za wykonanie oznaczonej czynności, obowiązany jest przyrzeczenia dotrzymać.



# Wyrok Sądu Najwyższego – Izba Cywilna z dnia 28 stycznia 2015 r.

I CSK 40/14

Jeżeli organizator akcji sprzedaży promocyjnej przyrzeka publicznie, że uczestnik akcji, który zawrze określoną umowę kupna sprzedaży z osobą trzecią, otrzyma upust czy inną promocję cenową, to jest to przyrzeczenie publiczne, określone w art. 919 i nast. KC, a **regulamin takiej promocji opracowany przez jej organizatora nie jest wzorcem umowy**, w rozumieniu art. 384 i nast. KC i **nie podlega ograniczeniom przewidzianym w tych przepisach. W przypadku przyrzeczenia publicznego nie mamy bowiem do czynienia z umową zawieraną między przyrzekającym a uczestnikiem, a z jednostronną czynnością prawną przyrzekającego.**

**A zatem akceptacja regulaminu przez uczestnika nie prowadzi do zawarcia jakiegokolwiek umowy między nim a organizatorem akcji promocyjnej.**

# Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie – V Wydział Cywilny z dnia 3 kwietnia 2014 r.

VI ACa 1724/13

Pozbawienie konsumenta prawa dochodzenia roszczeń wynikających z nienależytego wykonania umowy przez organizatora konkursu stanowi działanie sprzeczne z dobrymi obyczajami.



# Art. 10 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną

[Niezamówione informacje handlowe]

1. Zakazane jest przesyłanie niezamówionej informacji handlowej skierowanej do oznaczonego odbiorcy będącego osobą fizyczną za pomocą środków komunikacji elektronicznej, w szczególności poczty elektronicznej.
2. Informację handlową uważa się za zamówioną, jeżeli odbiorca wyraził zgodę na otrzymywanie takiej informacji, w szczególności udostępnił w tym celu identyfikujący go adres elektroniczny.

# Art. 172 Prawa telekomunikacyjnego

[Marketing bezpośredni i niezamówione przekazy]

1. Zakazane jest używanie telekomunikacyjnych urządzeń końcowych i automatycznych systemów wywołujących dla celów marketingu bezpośredniego, chyba że abonent lub użytkownik końcowy uprzednio wyraził na to zgodę.



## RODO: Poradnik dla sektora FinTech

Prawo telekomunikacyjne nie stoi na przeszkodzie temu, aby oświadczenie o wyrażeniu zgody przybrało postać „jednoznacznej czynności potwierdzającej”, np. poprzez podanie numeru telefonu w rubryce opisanej „podaj swój numer telefonu, jeżeli chcesz...”. Wynika to z faktu, że zgodnie z art. 60 Kodeksu cywilnego oświadczeniem woli jest każda czynność osoby, która wyraża jej wolę w sposób dostateczny.





## Forma zgody

RODO wskazuje wprost, że zgoda mieć formę „wyraźnego działania potwierdzającego” (art. 4 pkt 11 RODO).



# Art. 174 Prawa telekomunikacyjnego

Do uzyskania zgody abonenta lub użytkownika końcowego stosuje się przepisy o ochronie danych osobowych.







# Dane osobowe – definicja

Art. 4 pkt 1 RODO

„dane osobowe” oznaczają informacje o zidentyfikowanej lub **możliwej do zidentyfikowania osobie fizycznej** („osobie, której dane dotyczą”); **możliwa do zidentyfikowania osoba fizyczna to osoba, którą można bezpośrednio lub pośrednio zidentyfikować, w szczególności na podstawie identyfikatora takiego jak** imię i nazwisko, numer identyfikacyjny, dane o lokalizacji, **identyfikator internetowy lub jeden bądź kilka szczególnych czynników** określających fizyczną, fizjologiczną, genetyczną, psychiczną, ekonomiczną, kulturową lub społeczną tożsamość osoby fizycznej.

# Tożsamość internetowa

Nie trzeba znać imienia i nazwiska, aby można było mówić o identyfikacji człowieka.



# Cookie ID

Ciąg znaków, który daje możliwość zidentyfikowania przeglądarki i odróżnienia jej od innych.

Cookie ID zbiera informacje o:

- odwiedzanych stronach,
- czasie spędzonym na stronie,
- transakcjach,
- kliknięciach w reklamy.

Dodatkowo za pomocą plików cookies można wejść w posiadanie informacji jednoznacznie identyfikujących, takich jak imię i nazwisko.



# Czy cookie ID identyfikuje mnie, czy przeglądarkę?

Pozyskane informacje traktujemy jak dane osobowe, jeśli nie jesteśmy w stanie z całkowitą pewnością wykluczyć, że nimi nie są.

Grupa Robocza art. 29, opinia 1/2008  
w sprawie ochrony danych związanych  
z wyszukiwarkami.





# Zbieranie danych = obowiązek informacyjny

Przy uznaniu, że pliki cookies to dane osobowe, aktualizuje się konieczność spełnienia obowiązku informacyjnego.



Wobec tego na jakiej podstawie prawnej przetwarzam dane osobowe w plikach cookies, jeśli tam są?



# Art. 173 Prawa telekomunikacyjnego

[Uzyskanie dostępu do informacji, konfiguracja usługi]

1. Przechowywanie informacji lub uzyskiwanie dostępu do informacji już przechowywanej w telekomunikacyjnym urządzeniu końcowym abonenta lub użytkownika końcowego jest dozwolone, pod warunkiem że:
  - 1) abonent lub użytkownik końcowy zostanie uprzednio bezpośrednio poinformowany w sposób jednoznaczny, łatwy i zrozumiały o:
    - a) celu przechowywania i uzyskiwania dostępu do tej informacji,

# Art. 173 Prawa telekomunikacyjnego

[Uzyskanie dostępu do informacji, konfiguracja usługi]

- b) możliwości określenia przez niego warunków przechowywania lub uzyskiwania dostępu do tej informacji za pomocą ustawień oprogramowania zainstalowanego w wykorzystywanym przez niego telekomunikacyjnym urządzeniu końcowym lub konfiguracji usługi;
- 2) abonent lub użytkownik końcowy, po otrzymaniu informacji, o których mowa w pkt 1, wyrazi na to zgodę; [...].
- 2. Abonent lub użytkownik końcowy może wyrazić zgodę, o której mowa w ust. 1 pkt 2, za pomocą ustawień oprogramowania zainstalowanego w wykorzystywanym przez niego telekomunikacyjnym urządzeniu końcowym lub konfiguracji usługi.

Zgoda czy prawnie uzasadniony interes?





Ochrona Danych Osobowych  
BEZPIECZEŃSTWO INFORMACJI

[WWW.INFORAKADEMIA.PL](http://WWW.INFORAKADEMIA.PL)