

Sprawa przeciwko IAB Europe dotycząca śledzącej reklamy trafi do Trybunału Sprawiedliwości UE.

80% stron internetowych korzysta z systemu, który może okazać się niezgodny z RODO. Rozstrzygnie o tym Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej. Sprawa trafiła do TSUE po tym, jak belgijski organ ochrony danych wydał druzgocącą dla IAB Europe decyzję w sprawie skarg złożonych w 2020 r. przez grupę organizacji broniących praw cyfrowych – w tym Fundację Panoptykon. Jeśli TSUE podzieli interpretację belgijskiego organu ochrony danych, branżę reklamową czekają zmiany.

IAB Europe (Internet Advertising Bureau), związek firm branży reklamowej, od lat dyktuje zasady zapisywania, przechowywania i udostępniania preferencji co do śledzenia użytkowników na potrzeby reklamowe. IAB Europe przekonuje, że informacja, czy użytkownik zgadza się na pokazywanie personalizowanych reklam, nie należy do danych osobowych, a samo IAB nie jest administratorem danych.

„W lutym tego roku belgijski organ ochrony danych uznał, że jest inaczej” – wyjaśnia Dorota Głowacka z Fundacji Panoptykon. „Po pierwsze, stwierdził, że zapis preferencji użytkownika co do śledzenia w sieci to dane osobowe, a po drugie uznał IAB Europe za administratora tych danych, bo organizacja współdecyduje o celu ich przetwarzania”. IAB Europe nie zgodził się z decyzją i zaskarżył ją do sądu, który z kolei – na wniosek Panoptykonu i innych zaangażowanych w sprawę organizacji – 9 września przekazał TSUE do rozstrzygnięcia najbardziej sporne kwestie.

Skarga była niedopuszczalna, bo złożona po polsku?

Skierowanie sprawy do unijnego Trybunału pokazuje, że sprawa ma charakter precedensowy i jest na tyle ważna, że powinien ją rozstrzygnąć sąd unijny. Wyrok ma szansę przełożyć się na działanie branży reklamy internetowej w całej Unii. Belgijski sąd odrzucił przy tym większość zarzutów proceduralnych podnoszonych przez związek. „Przedstawiciele IAB Europe przekonywali m.in., że skarga Panoptykonu była niedopuszczalna, bo złożona po polsku, czy że belgijski organ niewystarczająco uzasadnił nałożoną na IAB karę 250 tys. euro. Sąd się z tym nie zgodził” – wylicza Głowacka.

Jeśli TSUE wyda wyrok zgodny z interpretacją RODO dokonaną przez belgijski urząd ochrony danych, IAB Europe będzie musiał pogodzić się z tym, że jest administratorem danych osobowych. I – co za tym idzie – spełnić wymogi RODO, czyli określić cel i podstawę prawną przetwarzania danych, informować osoby, których dane dotyczą, co się z ich danymi dzieje, i realizować przysługujące użytkownikom prawa. Będzie to oznaczało daleko idące zmiany dla branży reklamowej.

Do czasu wydania wyroku przez TSUE postępowanie w Belgii zostaje zawieszane. Po decyzji Trybunału sprawa wróci przed belgijski sąd apelacyjny, który wyda ostateczny wyrok. Eksperti przewidują, że może to potrwać kilkanaście miesięcy. „Liczymy na pozytywne rozstrzygnięcie i taką interpretację prawa unijnego przez TSUE, które położy wreszcie kres fasadowym gwarancjom ochrony naszej prywatności w branży reklamy internetowej” – komentuje Katarzyna Szymielewicz, prezeska Panoptykonu.

Prawa do materiału prasowego: Fundacja Panoptykon. Treść dostępna na licencji CC BY-SA 3.0 PL. Przy kopiowaniu materiału prosimy wskazać źródło (Fundacja Panoptykon, panoptykon.org).

Fundacja Panoptykon zajmuje się ochroną wolności i praw człowieka w społeczeństwie nadzorowanym.

Każdy może wesprzeć Fundację Panoptykon, przekazując darowiznę (nr konta: 43 1440 1101 0000 0000 1044 6058) i 1% podatku (nr KRS: 0000327613). [Więcej informacji na stronie.](#)