

## Wyjaśnienia ograniczeń profilowania danych wrażliwych na potrzeby targetowanej reklamy (art. 26 ust. 3 AUC)

W związku z zapytaniami dotyczącymi stosowania art.26 ust.3 Aktu o usługach cyfrowych (AUC), IAB Polska przedstawia wyjaśnienia dotyczące obowiązków, określonych w tym przepisie.

1. Zgodnie z art. 26 ust. 3 AUC dostawcy platform internetowych nie mogą prezentować odbiorcom usługi reklam opartych na profilowaniu zgodnie z definicją w art.4 pkt 4 RODO z wykorzystaniem szczególnych kategorii danych osobowych, o których mowa w art. 9 ust.1 RODO.
2. Z uwagi na zakres przedmiotowy AUC (art.2 ust.1), adresatami obowiązków określonych w art.26 ust.1 AUC są dostawcy usług platform internetowych działający w modelu dostawcy usług pośrednich (pośredników internetowych), a więc podmiotów przechowujących i publicznie rozpowszechniających informacje umieszczane przez użytkowników.
3. Kategorie danych wrażliwych zostały określone w art.9 ust.1 RODO i obejmują między innymi informacje ujawniające poglądy polityczne, przekonania religijne lub światopoglądowe, czy dane dotyczące zdrowia, seksualności lub orientacji seksualnej tej osoby.
4. Zakaz z art.26 ust.3 AUC odnosi się wyłącznie do profilowania w rozumieniu art. 4 pkt 4 RODO, co oznacza, że nadal dopuszczalne jest np. prezentowanie reklamy internetowej dotyczącej produktów leczniczych, o ile nie jest ono oparte na zestawianiu informacji o zdrowiu osoby, której reklama jest wyświetlana.
5. Z przetwarzaniem, w tym profilowaniem, danych wrażliwych mamy do czynienia przede wszystkim wówczas, gdy wykorzystywane są dane tego rodzaju wprowadzone bezpośrednio przez odbiorcę do platformy internetowej (np. na etapie zakładania konta użytkownika).
6. W pewnych sytuacjach, do personalizacji reklam w oparciu o profilowanie danych wrażliwych może również dojść gdy, biorąc pod uwagę charakter, cel, kontekst przetwarzania, w szczególności możliwość ich połączenia przez dostawcę platformy z innymi danymi, w obiektywny sposób możliwe jest wywnioskowanie przynajmniej jedną z kategorii danych wskazanych w art. 9 ust. 1 RODO.

7. Regułą są jednak przypadki, w których kontekst przetwarzania może kształtować profil podmiotu danych w oparciu o dane, które nie pozwalają wnioskować odnośnie danych wrażliwych, a jedynie o jego zainteresowaniu określonymi rodzajami treści, z którymi zapoznaje się w Internecie. Sytuacje te należy oceniać a casu ad casum.

a. Przykład 1: wywnioskowanie przez administratora danych dokonującego przetwarzania danych w celach profilowania reklamy faktu zainteresowaniu tematyką zdrowotną prezentowaną jako informacja pozyskana o użytkowniku w związku z wizytą w serwisie internetowym prezentującym tego rodzaju treści i tylko z tego względu wyświetleniem temu użytkownikowi reklamy produktów leczniczych, których reklama jest prawnie dozwolona.

Dostawcy platform internetowych powinni każdorazowo oceniać już sam proces profilowania aby uniknąć ryzyka przypisania użytkownikowi platformy nieprawdziwych danych wrażliwych, wywiedzionych wyłącznie z prostego wnioskowania kontekstowego.

b. Przykład 2: Zbudowany z danych o zainteresowaniach określonymi treściami informacyjnymi profil behawioralny użytkownika wskazuje na jego zainteresowanie artykułami o polityce, czy tematyce społecznej, nie pozwala jednak, bez połączenia z innymi danymi o użytkowniku (np. jego aktywnościami, udziałem w określonych grupach) na przypisanie temu użytkownikowi określonego światopoglądu.

c. Przykłady z orzecznictwa TSUE (w określonych stanach faktycznych, konkretne informacje ujawniają szczególne kategorie danych dopiero w wyniku połączenia z innymi informacjami):

i. Wyrok z 1.8.2022 r., sygn. akt: C-184/20 (OT vs VTEK) – dane imienne partnera osoby składającej obowiązkowe w sektorze publicznym oświadczenie majątkowe, wskazywały pośrednio orientację seksualną;

ii. Wyrok z 4.7.2023 r., sygn. akt: C-252/21 (Meta vs Bundeskartellamt) – przetwarzanie ogromnej ilości połączonych ze sobą różnych danych użytkownika Facebooka, w tym like'owanie lub udostępnianie treści o określonej tematyce, pośrednio ujawniło dane wskazujące na światopogląd.