

Branża reklamowa narusza RODO

27 października 2020

Belgijski urząd ochrony danych osobowych wstępnie ustalił, że system reklamowy odpowiedzialny za śledzenie użytkowników i użytkowniczek Internetu i personalizowanie reklamy jest niezgodny z wymogami RODO. To wynik wewnętrznego dochodzenia organu przeciwko IAB Europe, zapoczątkowanego m.in. skargą Fundacji Panoptikon złożoną w styczniu 2019 r.

System, o którym mowa, to tzw. Transparency & Consent Framework (TCF) – zbiór zasad i standardów postępowania, do których muszą dostosować się firmy chcące brać udział w internetowych giełdach reklam. Został on wprowadzony przez IAB Europe (Interactive Advertising Bureau) – organizację branżową sektora reklamy internetowej, która ustala standardy obowiązujące wszystkie firmy.

W wewnętrznym raporcie przygotowanym na potrzeby postępowania przed belgijskim odpowiednikiem UODO inspektorzy ustalili, że IAB Europe jako administrator tego systemu naruszył szereg przepisów RODO. Po pierwsze, firmy reklamowe wymieniają się wrażliwymi informacjami o ludziach bez ich wyraźnej zgody. Po drugie, IAB Europe nie wdrożyło odpowiednich środków technicznych, które by temu zapobiegały. Po trzecie, organizacja nie wyznaczyła inspektora ochrony danych ani nie przeprowadziła wymaganej przez RODO oceny skutków przetwarzania danych w celach reklamowych. I po czwarte, zdaniem inspektorów IAB próbuje uniknąć swojej odpowiedzialności na gruncie RODO, co stawia tę organizację w jeszcze gorszym świetle. Cytując inspektorów, którzy opracowali raport, „podejście IAB Europe pokazuje, że organizacja nie docenia ryzyka i wpływu na prawa i wolności osób, których dane dotyczą”. Trudno się z tym nie zgodzić.

Na giełdach reklam, które reguluje dokument IAB Europe, dochodzi do ciągłego i masowego wycieku danych, w tym danych

wrażliwych. IAB dopuszcza możliwość tak inwazyjnego wykorzystania internetowych profili w oparciu o uzasadnione interesy firm lub „zgode” wyrażoną przez kliknięcie na baner zaprojektowany tak, że odmowa zgody jest nie lada wyzwaniem. Jednocześnie użytkownicy i użytkowniczki nie mają dostępu do swoich profili reklamowych ani możliwości ich skorygowania.

Tak skonstruowany system reklamy internetowej nie tylko poważnie ingeruje w prywatność, ale jest również wątpliwy z ekonomicznego punktu widzenia. Internetowi wydawcy, którzy finansują swoje serwisy z reklamy dopasowanej do użytkowników, a nie do treści strony, muszą liczyć się z tym, że aż 70% ich dochodów pochłaniają firmy, które pośredniczą w sprzedaży reklam (AdTech). Reklamodawcy – wedle szacunkowych danych za 2019 r. – stracili ponad 30 miliardów dolarów przez oszustów wykorzystujących boty do nabijania kliknięć i wyświetleń. Światowa Federacja Reklamodawców ocenia, że do 2025 r. malwersacje związane z reklamą będą drugie na świecie pod względem wielkości – po handlu narkotykami.

Wszyscy z kolei ponosimy społeczny koszt popularyzacji clickbaitów i taniej sensacji, które nierozzerwalnie łączą się z uzależnieniem dochodów wydawców od liczby kliknięć.

Raport, z którego wynikają te miażdżące dla IAB ustalenia, w dużej mierze odzwierciedla argumenty, które przedstawiliśmy w skardze na IAB złożonej w Polsce w styczniu 2019 r. W kolejnych miesiącach inne europejskie organizacje przygotowały ponad 20 podobnych skarg w swoich państwach. Część z nich – tak jak nasza – zostały przekazane do Belgii, ponieważ to tam IAB Europe ma swoją siedzibę. Belgijski urząd połączył skargi do wspólnego rozpoznania.

Raport z wewnętrznego dochodzenia trafił już do tzw. Litigation Chamber, czyli działu, który wyda ostateczną decyzję. Harmonogram przedstawiony skarżącym (w tym Panoptikonowi) sugeruje, że może to nastąpić w marcu 2021 r. Jeśli belgijski organ potwierdzi ustalenia inspektorów, rynek

reklamy internetowej czeka prawdziwa rewolucja. Liczymy na to, że internetowi wydawcy już teraz zaczną rozważać odejście od reklamy targetowanej na rzecz kontekstowej – która nie tylko sprzyja prywatności, ale również może się okazać bardziej dochodowa.

Autorstwo: Karolina Iwańska

Źródło: Panoptikon.org