

Branża reklamowa nie może unikać odpowiedzialności

8 marca 2024

Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej wydał ważny wyrok w sprawie przeciwko IAB Europe dotyczącej zbierania „zgód” na profilowanie w celach marketingowych za pomocą systemu Transparency & Consent Framework (TCF).

TSUE zajmował się tym problemem w związku ze skargą grupy organizacji, w tym Fundacji Panoptikon, na IAB Europe. Zdaniem skarżących IAB Europe jest administratorem danych przepływających przez system TCF – w szczególności informacji o tym, czy konkretna osoba wyraziła zgodę na profilowanie, czy nie. Zaś sama zgoda jest pozyskiwana w sposób niezgodny z RODO, bo nie jest ani świadoma, ani dobrowolna.

Spór trafił przed Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej po tym, jak IAB Europe odwołało się od decyzji belgijskiego organu ochrony danych osobowych. TSUE potwierdził wcześniejszą decyzję belgijskiego organu ochrony danych osobowych, który nałożył karę na IAB Europe i nakazał wprowadzenie zmian w systemie.

Wyrok oznacza, że firmy z branży reklamowej nie będą mogły dłużej unikać odpowiedzialności, jaka wiąże się z przetwarzaniem danych osobowych.

Autorstwo: [Fundacja „Panoptikon”](#)

Nadesłano do portalu WolneMedia.net