

Kanadyjskie galerie handłowe wiedzą o klientach wszystko

30 października 2020

Jedna z najbardziej znanych kanadyjskich firm zarządzających nieruchomościami, Cadillac Fairview, wbudowała kamery w cyfrowe kioski informacyjne w 12 centrach handlowych w całej Kanadzie i wykorzystała technologię rozpoznawania twarzy bez wiedzy i zgody swoich klientów.

Komisarze ds. prywatności federacji Alberty i BC opublikowali w czwartek szczegóły prowadzonego dochodzenia. Według relacji Cadillac Fairview twierdzi, że analizował jedynie wiek i płeć kupujących i nie identyfikował ich.

Cadillac Fairview twierdzi również, że kupujący byli informowani o tej aktywności za pomocą naklejek umieszczonych na drzwiach wejściowych do centrów handlowych, które zawierały zasady polityki prywatności. „Cadillac Fairview zapewnił, że nie zbiera danych osobowych, ponieważ zdjęcia były analizowane, a następnie usuwane” – czytamy w komunikacie.

Jednak komisarze stwierdzili, że Cadillac Fairview zebrał dane osobowe gromadząc 5 milionów zdjęć. Dochodzenie ujawniło, że CF wykorzystywał analizę wideo do zbierania poufnych informacji o klientach.

Technologia ta była używana w 12 centrach handlowych w Albercie, BC, Manitobie, Ontario i Quebecu. Dochodzenie wszczęto po doniesieniach medialnych z Toronto.

Cadillac Fairview jest właścicielem i operatorem kilku centrów handlowych w GTA, w tym Sherway Gardens Etobicoke, Toronto Eaton Centre, CF Fairview Mall i CF Shops w Don Mills.

Źródło: [Goniec.net](https://goniec.net)