

Panoptikon wygrał w sądzie z UODO ws. danych osobowych

12 lipca 2022

W ubiegłym tygodniu Fundacja Panoptikon wygrała sprawę (sygn. II SA/Wa 3670/21) przeciwko Urzędowi Ochrony Danych Osobowych przed Wojewódzkim Sądem Administracyjnym w Warszawie. Urząd ma ponownie przeanalizować ofertę „Bezpieczne wakacje”, w której PZU Pomoc oferował „bezpłatne” ubezpieczenie w zamian za zgodę na marketing. To sprawa, w której organizacja walczy o to, by każdy mógł świadomie podejmować decyzje o swojej prywatności, a firmy traktowały podmiotowo swoich klientów.

„Bezpłatne wakacyjne ubezpieczenie dla wszystkich dzieci w Polsce” – tak latem 2019 r. największy polski ubezpieczyciel lansował nową ofertę. W rzeczywistości skuszeni ofertą klienci mieli za ubezpieczenie zapłacić, ale nie gotówką czy przelewem, a danymi osobowymi. Ubezpieczający dzieci, by skorzystać z darmowej oferty, musieli wyrazić zgodę na wykorzystanie swoich danych, m.in. numeru telefonu, do celów marketingowych – i to nie tylko przez spółkę PZU Pomoc, ale również przez grupę firm powiązanych z ubezpieczycielem, jak Alior Bank czy Link4.

Sprawie przyjrzał się UODO i stwierdził, że nie doszło do nieprawidłowości w działaniu PZU. Panoptikon uznał to za krzywdzące dla klientów, którzy nie byli informowani o alternatywnej ofercie (bez przekazywania danych) i zaskarżyliśmy decyzję urzędu do sądu.

W ubiegłym tygodniu Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie uchylił decyzję UODO, ponieważ urząd niewystarczająco wyjaśnił sprawę oraz nie uwzględnił, że w trakcie trwania oferty PZU zmieniał jej warunki. W ustnym uzasadnieniu sędzia sprawozdawca zasugerowała, by podczas ponownego rozpatrywania sprawy urząd przeanalizował, czy zgoda wyrażana przez klientów

na pewno była dobrowolna. Zasygnalizował więc urzędowi, by bliżej przyjrzał się kluczowemu problemowi.

Jak mówił w Wojewódzkim Sądzie Administracyjnym w Warszawie pełnomocnik fundacji Witold Chomiczewski z kancelarii Lubasz i Wspólnicy: „Ta sprawa wyznaczy standard ochrony danych osobowych na rynku. Czy dopuścimy, byśmy byli traktowani jak przedmiot operacji na danych, czy też będziemy, jak wymaga tego RODO, podmiotem. To nie był przypadek, że podczas zawierania umowy klienci nie mieli innej opcji i musieli zgodzić się na wykorzystanie swoich danych do celów marketingowych. W ten sposób firma chciała stworzyć dużą bazę danych o rodzicach, profilować ich potrzeby i zainteresowania, by potem zmonetyzować te dane”.

Wyrok jest nieprawomocny.

Źródło: [Panoptykon.org](https://panoptykon.org)