

## Doporučení SPIR pro vydavatele:

### Příprava uživatelského rozhraní žádosti o souhlas se zpracováním osobních údajů z online identifikátorů

14. května 2019

Vzhledem k nejistotě, která na trhu vládne v mezidobí mezi již přijatým GDPR, jehož některé výkladové aspekty jsou postupně upřesňovány, a budoucím nařízením ePrivacy a ve světle rozhodnutí zahraničních regulátorů ve specifických případech týkajících se platnosti či neplatnosti získaných souhlasů, usiluje Sdružení pro internetový rozvoj (SPIR) o vytvoření co nejstabilnějšího prostředí pro vydavatele a zároveň co nejjednoduššího a nejpřehlednějšího prostředí pro uživatele internetu.

Pro potřeby českého trhu SPIR, i po konzultacích s Úřadem pro ochranu osobních údajů, stále považuje za dostatečný souhlas pro umístění cookies pro potřeby cílené reklamy povolením cookies v prohlížeči. Nicméně evropští i globální partneři začínají vyžadovat po českých subjektech dokládání standardizovaných souhlasů, které splňují [požadavky IAB Europe Transparency and Consent Framework \(TCF\)](#).

Ze situace na trhu je patrné, že nezapojení se do TCF povede nevyhnutelně k vyloučení příslušného českého subjektu z globálního či evropského reklamního ekosystému, a tudíž praktické likvidaci příslušného subjektu. Souhlasy získané jinak, než v souladu s TCF nebudou minimálně hlavními obchodními partnery přijímány jako platné.

**Z tohoto důvodu SPIR doporučuje vydavatelům, aby se zapojili, pokud to bude nezbytné pro monetizaci jejich reklamního inventory, do TCF a dodržovali níže uvedené standardy.** Níže uvedené doporučení pro UI odpovídá standardům TCF, které je nezbytné dodržet, má-li být takto získaný souhlas považovaný v rámci TCF za platný.

Vlastní doplnění SPIR, která zpřesňují některá doporučení TCF nebo doporučují z pohledu SPIR nejvhodnější variantu z těch, které jsou nabízeny v rámci TCF, jsou vždy vyznačeny kurzívou a označeny jako „*Doporučení SPIR*“.

#### **DŮLEŽITÉ:**

***Aktuálně se připravuje verze 2.0 TCF, která má reagovat na některá rozhodnutí evropských dozorových orgánů. Nová verze má být připravena k nasazení na podzim 2019, přičemž verze 1.0 má být definitivně stažena v prvním čtvrtletí 2020.***

***Níže uvedené doporučení je proto vhodné pouze jako přechodné řešení v případě tlaku ze strany silných zahraničních partnerů do doby, než bude připravena verze 2.0. Již nyní je patrné, že souhlasy získané ve verzi 1.0 TCF nebudou kompatibilní s verzí 2.0 a bude tudíž nutné po nasazení nové verze opět přesouhlasovat.***

***Vzhledem k nastalé situaci SPIR doporučuje nasadit níže uvedené řešení v případě potřeby po přechodné období v minimalistické formě.***

***Jakmile bude verze 2.0 TCF definitivně připravena, bude SPIR své doporučení aktualizovat.***

## Základní postup:

- 1) Najděte si dodavatele CMP řešení, vybírat můžete např. ze seznamu na <https://advertisingconsent.eu/cmp-list/>
- 2) Implementujte do svých stránek uživatelské UI pro získávání souhlasu. Můžete využít UI komponentu CMP řešení, pokud ji obsahuje. Dodržujte přitom standardy uvedené v doporučení SPIR.

### **Kdy by se uživateli měla zobrazit oznámení o zpracování údajů a žádost o souhlas (příp. v případě oprávněného zájmu poučení o možnosti vznést námitku)?**

Vydavatelé mohou určit, kdy a jak často se příslušné rozhraní UI/UX zobrazí. Vydavatel může toto také ponechat na poskytovateli UI a/nebo CMP. Uvedené rozhraní by se však mělo zobrazovat alespoň:

- při prvním vstupu uživatele na stránky, které jsou provozovány z ČR nebo jiné členské země EU (jelikož na tyto země se vztahují ustanovení GDPR);
- pokud vydavatel přidal nového smluvního partnera do seznamu smluvních partnerů a chce tuto skutečnost oznámit a sdělit, že osobní údaje zpracovává nový smluvní partner, a získat k tomu od uživatele souhlas, případně poskytnout informace o způsobu, jakým uživatel může uplatnit své právo vznést námitku vůči využívání daného smluvního partnera.

## Doporučení pro UI/UX

### **Kombinování účelů zpracování a/nebo smluvních partnerů**

O účelech zpracování a/nebo smluvních partnerech je nutno informovat beze změny takovým způsobem, aby bylo uživateli jasné, že každý účel zpracování a/nebo smluvní partner představuje samostatný a odlišný účel a/nebo subjekt.

Volbu ohledně účelů zpracování a/nebo smluvních partnerů může uživatel učinit také *en bloc* (souborně), tj. nikoliv samostatně.

Aniž by to bylo na úkor ustanovení druhého odstavce, uživatel by měl mít možnost si zvolit účely zpracování a/nebo smluvní partnery jednotlivě nebo po menších skupinách, tj. uživatel by měl mít možnost učinit různá rozhodnutí a volby ohledně některých či všech účelů zpracování a/nebo smluvních partnerů, které se mu zobrazují.

### **Jazyk uživatelského rozhraní**

Uživatelské rozhraní musí podporovat jazyk či jazyky, v nichž se nabízí služba, v jejímž rámci se dané UI zobrazuje. Uživatelské rozhraní může dále podporovat i jiné jazyky, např. jazyky země, z níž uživatel ke službě přistupuje.

## Formátování UI/UX

Uživatelské rozhraní musí obsahovat dostatečně transparentní informace o zpracování, uvedení účelů zpracování a smluvních partnerů.

Žádost o souhlas může pokrývat celou stránku nebo její převážnou část. Pokud UI nepokrývá celou nebo převážnou část obsahu stránky, musí být zobrazeno zvýrazněným či nápadným způsobem.

Není-li souhlas od uživatele třeba (např. na základě oprávněného zájmu), je možné informace o zpracování osobních údajů zahrnout do snadno přístupné specializované sekce na webové stránce.

Výzva uživateli, aby se vyjádřil podrobně k jednotlivým účelům zpracování a partnerům, musí být zobrazena v rovnocenném postavení jako žádost o souhlas tak, aby nevznikal dojem, že jedna volba či možnost je upřednostňována před jinou. Vydavatelé musejí nabízet možnost získat podrobnější informace, v jejichž rámci by měla být uživateli nabídnuta možnost udělit souhlas pro všechny nebo jen pro některé účely a stejně tak případně pro všechno nebo některé partnery. Vydavatelé mohou (ale nemusí) nabízet uživateli možnost odmítnout zpracování osobních údajů.

### Doporučení SPIR:

*SPIR doporučuje označit tlačítko nabízející podrobnější volby způsobem, z něhož je jasně patrné, že se nejedná pouze o další informace, ale skutečně nastavení, které uživatel může přizpůsobit svým preferencím (např. Podrobnější nastavení, Další volby, Nastavení vlastních preferencí).*

*SPIR doporučuje umožnit uživateli zavřít banner prostřednictvím tlačítka x, nikoliv samostatným tlačítkem, které explicitně znamená nesouhlas (např. Nesouhlasím, Ne, Odmítám...). SPIR se domnívá, že volba takového „nesouhlasného“ tlačítka v uživateli vyvolává mylný dojem absolutního, a tudíž trvalého odmítnutí, a opakované výzvy s žádostí o souhlas tak mohou uživatele obtěžovat a vést k vyššímu počtu stížností. Použití „zavíracího“ tlačítka bude spíše vnímáno jako dočasný nesouhlas, resp. nesouhlas pro tuto chvíli.*

## 1. ÚROVEŇ

Uživatelské rozhraní (UI) musí sdělovat následující informace **v první vrstvě** informací, které jsou zobrazovány v souladu s prvním odstavcem:

- skutečnost, že se osobní údaje zpracovávají, a příklady zpracovávaných osobních údajů;
- účely zpracování osobních údajů a operace používané smluvními partnery na podporu těchto účelů;
- skutečnost, že údaje zpracovávají třetí osoby, a odkaz na ucelený seznam takových třetích osob;
- možnost uplatnit volby, resp. vyjádřit souhlas a možnost tyto volby (souhlas) kdykoli změnit.

V první vrstvě se tedy může zobrazit přehled možností formou rozklikávací (rozbalovací) nabídky, která po jejímž rozkliknutí (rozbalení) se uživatel dostane do vrstvy druhé.

## 2. ÚROVEŇ

Následující informace může UI sdělovat již v první vrstvě, nejpozději ovšem **ve vrstvě druhé**, která je snadno přístupná z vrstvy první, zobrazené v souladu s odstavcem prvním:

- účely zpracování osobních údajů včetně standardní definice takových účelů;
- smluvní partneři, kteří osobní údaje zpracovávají.

Příklady způsobů, kterými lze zobrazit seznam účelů zpracování a smluvních partnerů formou druhotných obrazovek zahrnuje mimo jiné odkaz nebo rozbalovací nabídku.

Seznam účelů zpracování a/nebo smluvních partnerů zobrazených v rámci UI musí mít následující vlastnosti:

- musí obsahovat minimálně jméno smluvního partnera, odkaz na jeho politiku ochrany osobních údajů, účely zpracování a související funkce.

Vydavatelé mohou umožnit uživatelům označit nebo odznačit jednotlivé účely zpracování a/nebo smluvní partnery. Je na vydavatelích, jakým způsobem se rozhodnou tyto možnosti zobrazit. Vydavatelé mohou zároveň uvést případné důsledky plynoucí z jednotlivých voleb vybraných uživatelem.

### **Doporučení SPIR:**

*SPIR doporučuje jako výchozí volbu ponechat jednotlivé účely a partnery zaškrtnuté tak, aby uživatel, který s některou položkou nesouhlasí, ji odškrtl. Následně je potřeba toto nastavení potvrdit, čímž je splněn požadavek opt-in.*

### **Účely zpracování:**

- Ukládání údajů a přístup k nim<sup>1</sup>
- Personalizace<sup>2</sup>
- Výběr, zobrazování a reporting reklamy<sup>3</sup>
- Výběr, zobrazování a reporting obsahu<sup>4</sup>
- Měření<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> Příklad textu odpovídajícího TCF: Údaje ukládáme a zpětně přistupujeme k datům a informacím, které už jsou na vašem zařízení uloženy – např. reklamním identifikátorům, identifikátorům zařízení, souborům cookies a dalším podobným technologiím.

<sup>2</sup> Příklad textu odpovídajícího TCF: Shromažďujeme a zpracováváme informace o tom, jak naše služby používáte, a následně je využíváme pro personalizaci reklamy nebo obsahu. Tato data mohou být využita i na dalších webových stránkách a aplikacích, ať už našich, nebo našich smluvních partnerů. Údaje o obsahu webových stránek nebo aplikací, které navštěvujete, zpravidla využíváme pro odvození vašich zájmů, na jejichž základě vám následně zobrazujeme reklamu nebo doporučujeme obsah.

<sup>3</sup> Příklad textu odpovídajícího TCF: Shromažďujeme informace o vašich zájmech, o reklamách, které jsme vám zobrazili, o frekvenci jejich zobrazení, času a místě a zda jste v souvislosti s danou reklamou provedli nějakou akci (například klik na reklamu nebo nákup) a slučujeme je s již dříve uloženými daty. To nám umožňuje lépe vybírat reklamu, kterou vám zobrazujeme, a následně vyhodnotit její účinnost. V této souvislosti nesledujeme údaje, na jejichž základě provádíme personalizaci obsahu nebo reklam v rámci ostatních webů, aplikací nebo služeb, ať už našich, nebo našich partnerů.

<sup>4</sup> Příklad textu odpovídajícího TCF: Shromažďujeme informace o vašich zájmech, o obsahu, který jsme vám zobrazili, o frekvenci jeho zobrazení, času a místě jeho zobrazení a zda jste v souvislosti s daným obsahem provedli nějakou akci, například klik na odkaz, a slučujeme je s již dříve uloženými daty. To nám umožňuje lépe vybírat obsah, který vám zobrazujeme, a následně vyhodnotit jeho účinnost. V této souvislosti nesledujeme údaje, na jejichž základě provádíme personalizaci obsahu nebo reklam v rámci ostatních webů, aplikací nebo služeb, ať už našich, nebo našich partnerů.

<sup>5</sup> Příklad textu odpovídajícího TCF: Sledujeme informace o vašich zájmech, o obsahu, který jsme vám zobrazili, o frekvenci jeho zobrazení, času a místě jeho zobrazení a zda jste v souvislosti s daným obsahem provedli nějakou akci, například klik na odkaz, a slučujeme je s již dříve uloženými daty. Tyto informace slučujeme s daty, která o vašem chování máme z minulosti. Tyto informace nám umožňují změřit, jaká je úspěšnost obsahu, který vám zobrazujeme. V této souvislosti nesledujeme údaje, na jejichž základě provádíme personalizaci obsahu nebo reklam v rámci ostatních webů, aplikací nebo služeb, ať už našich, nebo našich partnerů.

### **Doporučení SPIR:**

*SPIR doporučuje zvážit skutečné účely zpracování. Pokud vydavatel a jeho partneři zpracovávají data za jinými než uvedenými účely, je nutné seznam o příslušné účely rozšířit.*

### **Jak často musí být daný text koncovým uživatelům zobrazován?**

Pokud se koncový uživatel vyjádří ke zpracování a označí určité volby, může vydavatel zobrazit potvrzení volby, kterou uživatel učinil, spolu s informacemi, jak je možné toto nastavení později změnit.

Pokud se koncový uživatel nevyjádří, ale místo toho se přesune na [stránku] [mob. aplikaci] a začne internetové stránky používat, znamená to, že souhlas neudělal. Oznámení by se mu pak zobrazilo minimálně podruhé, případně častěji. Vydavatel by měl v patičce stránky zobrazit připomenutí s odkazem na zásady ochrany osobních údajů, kde je možné nastavení změnit.

Podrobné standardy TCF v.1.0 naleznete na <https://advertisingconsent.eu/>.