



ΕΝΤΥΠΟ ΚΑΤΑΓΓΕΛΙΑΣ

Γενική χρήση για καταγγελίες παραβίασης των διατάξεων αρμοδιότητας της ΑΠΔΠΧ (ΓΚΠΔ – ν. 3471/2006)

Συμπληρώστε με κεφαλαία γράμματα. Τα πεδία με (*) είναι υποχρεωτικά.

1. Στοιχεία Καταγγέλλοντος

2. Αρμοδιότητα Αρχής (Συμπληρώνεται προκειμένου να διαπιστωθεί η αρμοδιότητα της ΑΠΔΠΧ να επιληφθεί της καταγγελίας)

Τόπος διαμονής	Τόπος εργασίας	Τόπος καταγγελλόμενης παράβασης
X		

3. Κωδικός υφιστάμενης υπόθεσης³

4. Στοιχεία Εκπροσώπου του Καταγγέλλοντος⁴

Όνοματεπώνυμο/επωνυμία: ΗΜΟ DIGITALIS ΑΣΤΙΚΗ ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ		
Διεύθυνση	Οδός: ΑΧΝΙΑΔΩΝ 17-19 & ΠΑΡΑΛΟΥ 12	Αριθμός: x
	T.K.: 11812	Πόλη: ΑΘΗΝΑ
	Χώρα: ΕΛΛΑΔΑ	
	e-mail: info@homodigitalis.gr και [REDACTED]	

¹ Συμπληρώστε υποχρεωτικά είτε την ταχυδρομική είτε την ηλεκτρονική σας δ/νση (e-mail).

² Το τηλέφωνο επικοινωνίας συμπληρώνεται για επικοινωνία με τον καταγγέλλοντα σε περίπτωση που κριθεί απαραίτητο.

³ Σε περίπτωση που υποβάλλετε συμπληρωματικά στοιχεία για καταγγελία που υποβάλατε στο παρελθόν, συμπληρώστε τον κωδικό ή τον αριθμό πρωτοκόλλου που σας είχε δοθεί, εφόσον είναι διαθέσιμος.

⁴ Συμπληρώνεται μόνον όπου εφαρμόζεται, π.χ. όταν θιγόμενος είναι ανήλικο τέκνο σύμφωνα με τις διατάξεις του Αστικού Κώδικα, όταν η εκπροσώπηση ενώπιον της Αρχής έχει ανατεθεί σε πληρεξούσιο Δικηγόρο ή άλλο τρίτο πρόσωπο, καθώς και όταν η καταγγελία υποβάλλεται από μη κερδοσκοπικούς φορείς ή οργανώσεις ή σωματεία ή ενώσεις προσώπων χωρίς νομική προσωπικότητα που έχουν συσταθεί και λειτουργούν νομίμως και στους καταστατικούς σκοπούς τους περιλαμβάνεται η προστασία των δικαιωμάτων και ελευθεριών των υποκειμένων των δεδομένων σε σχέση με την προστασία των προσωπικών δεδομένων, για λογαριασμό του υποκειμένου των δεδομένων.

Τηλέφωνο/α επικοινωνίας: 6946114768	Fax:
--	------

5α. Κατά ποιου στρέφεται η καταγγελία;

Επωνυμία/ονοματεπώνυμο*: Google Ireland Limited	
Διεύθυνση*	Οδός: Gordon House, Barrow Street Αριθμός: X
	T.K.: D04 E5W5 Πόλη: Δουβλίνο
	Χώρα: Ιρλανδία
	e-mail: X
Τηλέφωνο/α επικοινωνίας:	Fax:
Ιστοσελίδα: https://support.google.com/authorizedbuyers/answer/9070822?hl=en	
Ονοματεπώνυμο εμπλεκόμενων ατόμων ⁵ :	

5β. Κατά ποιου στρέφεται η καταγγελία;

Επωνυμία/ονοματεπώνυμο*: IAB Europe	
Διεύθυνση*	Οδός: Rond-point Robert Schuman Αριθμός: 11
	T.K.: 1000 Πόλη: Βρυξέλλες
	Χώρα: Βέλγιο
	e-mail: X
Τηλέφωνο/α επικοινωνίας:	Fax:
Ιστοσελίδα: https://iabeurope.eu/	
Ονοματεπώνυμο εμπλεκόμενων ατόμων ⁶ :	

6. Ποια η σχέση σας με τον καταγγελλόμενο⁷;

Οι καταγγελλόμενοι είναι υπεύθυνοι για πτυχές του κλάδου συμπεριφορικής διαφήμισης που οδηγούν σε ευρείες και συστηματικές παραβιάσεις των δικαιωμάτων του υποκειμένου όπως προβλέπονται στις διατάξεις του Κανονισμού 2016/679 και του ν.4624/2019.

7. Αντικείμενο καταγγελίας (Περιγράψτε τα περιστατικά που θεωρείτε ότι συνιστούν παράνομη επεξεργασία των προσωπικών σας δεδομένων)

⁵ Αν γνωρίζετε, π.χ. όνομα υπαλλήλου, κ.λπ.

⁶ Αν γνωρίζετε, π.χ. όνομα υπαλλήλου, κ.λπ.

⁷ Π.χ. εργαζόμενος, πελάτης, κ.λπ.

A. Εισαγωγή & Σκοπός του Αιτήματος

1. Σκοπός του παρόντος αιτήματος είναι να εκφράσουμε τις ανησυχίες μας ενώπιον της Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα (ΑΠΔΠΧ) σχετικά με το πλαίσιο προσφορών σε πραγματικό χρόνο - “real time bidding” (RTB) που χρησιμοποιείται στον κλάδο της συμπεριφορικής διαφήμισης (κλάδος).

2. Οι καταγγέλλοντες έχουν προσωπικό και επαγγελματικό έννομο συμφέρον για την υποβολή αυτής της καταγγελίας:

2.1. Πιο συγκεκριμένα, το αίτημα υποβάλλεται μετά από σχετική ανάθεση προς την Homo Digitalis από τον [REDACTED] (εφεξής Υποκείμενο Δεδομένων - ΥΔ), και αφορά προκλήσεις που ανακύπτουν για την προστασία των προσωπικών δεδομένων του στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων του κλάδου συμπεριφορικής διαφήμισης. [REDACTED] κατοικεί στην Ελλάδα και συγκεκριμένα στην διεύθυνση [REDACTED] Ελλάδα. Η Homo Digitalis εδρεύει στην Ελλάδα και συγκεκριμένα στην διεύθυνση Αχινιάδων 17-19 & Παράλου 12 στην Αθήνα, διαθέτει καταστατικούς σκοπούς που είναι γενικού συμφέροντος και δραστηριοποιείται στον τομέα της προστασίας των δικαιωμάτων των υποκειμένων των δεδομένων. Επομένως σύμφωνα με το άρθρο 80, παρ. 1 του Γενικού Κανονισμού Προστασίας Δεδομένων 2016/679 (ΓΚΠΔ - GDPR) και το άρθρο 41 του ν.4624/2019 μπορεί να υποβάλει την καταγγελία για λογαριασμό του υποκειμένου των δεδομένων και να ασκήσει τα δικαιώματά του μετά από σχετική ανάθεση.

2.2. Παράλληλα, το αίτημα αφορά την προστασία των προσωπικών δεδομένων των υποκειμένων δεδομένων του συνόλου της Ελληνικής Επικράτειας, στο πλαίσιο των εμπορικών δραστηριοτήτων της βιομηχανίας συμπεριφορικής διαφήμισης. Ειδικότερα, το αίτημα εντάσσεται σε ένα ευρύτερο πλαίσιο σχετικών δράσεων στα περισσότερα από τα Κράτη Μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, για τις οποίες λειτούργησαν ως εναρκτήριο έναυσμα τα αντίστοιχα αιτήματα που κατέθεσαν οι κ. James Killock και κ. Michael Veale ενώπιον του Information Commissioner’s Office (ICO) στο Ηνωμένο Βασίλειο και ο κ. Johnny Ryan ενώπιον του Data Protection Commission (DPC) στην Ιρλανδία τον Σεπτέμβριο του 2018.

3. Οι καταγγελλόμενοι είναι οι υπεύθυνοι για πτυχές του κλάδου συμπεριφορικής διαφήμισης που οδηγούν σε ευρείες και συστηματικές παραβιάσεις του GDPR και έχουν την έδρα τους στην Ευρώπη και συγκεκριμένα:

3.1. Google Ireland - Gordon House, Barrow St, Dublin 4, Ιρλανδία.

3.2. IAB Europe— IAB Europe, Rond-point Robert Schuman 11, 1000 Βρυξέλλες, Βέλγιο.

4. Σκοπός του αιτήματος είναι η Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα (ΑΠΔΠΧ) να προχωρήσει στις απαραίτητες ενέργειες προκειμένου να προστατεύσει τα δικαιώματα, τόσο του αιτούντος ΥΔ όσο και του συνόλου των υποκειμένων δεδομένων εντός της Ελληνικής Επικράτειας, από την συστηματική και ευρεία παραβίαση του έννομου πλαισίου για την προστασία των προσωπικών δεδομένων από την Google, και την IAB Europe .Η καταγγελία συνοδεύεται από:
- Παράρτημα 1: Μελέτη του Δρ. Johnny Ryan για την βιομηχανία συμπεριφορικής διαφήμισης (“**Μελέτη Ryan**”).
 - Παράρτημα 2: Η Μελέτη για την βιομηχανία της διαφήμισης «*Update report into adtech and real-time-bidding* της Αρχής Προστασίας Δεδομένων της Μ. Βρετανίας - Information Commissioner’s Office (Ιουνίου 2019).
 - Παράρτημα 3: Συμπληρωματικά αποδεικτικά στοιχεία από τον Δρ. Johnny Ryan σχετικά με τη διαρροή προσωπικών δεδομένων στο πλαίσιο RTB σε μεσίτες δεδομένων και σε κλίμακα παραβάσεων στο πλαίσιο προσφορών σε πραγματικό χρόνο - “real time bidding” (RTB).
5. Στο εξής τα ανωτέρω θα αναφέρονται ως Παραρτήματα του παρόντος.

Β. Ιστορικό

6. Το σύστημα **RTB** λειτουργεί παρασκηνιακά στους περισσότερους εμπορικούς ιστότοπους και εφαρμογές. Προκαλεί γρήγορες, αυτοματοποιημένες δημοπρασίες κατά την διάρκεια των οποίων εταιρείες τεχνολογίας που εκπροσωπούν διαφημιστές ανταγωνίζονται για την εμφάνιση των διαφημίσεών τους στον διαφημιστικό χώρο μιας ιστοσελίδας ή μιας εφαρμογής. Αυτές οι δημοπρασίες RTB λειτουργούν επί του παρόντος μέσω της αναμετάδοσης των προσωπικών δεδομένων του υποκειμένου που επισκέπτεται έναν ιστότοπο / μία εφαρμογή σε εκατοντάδες εταιρείες προκειμένου να ζητήσουν προσφορές από αυτές, όπως περιγράφεται λεπτομερώς στην Μελέτη Ryan. Αυτές οι αναμεταδόσεις είναι γνωστές ως “*αιτήματα προσφοράς*”.
7. Οι καταγγελλόμενοι, συγκεκριμένα η Google και η IAB, καθορίζουν τα «πρωτόκολλα» (ή κανόνες) αναφορικά με τα δεδομένα τα οποία μπορούν και πρέπει να αναμεταδίδονται στις δημοπρασίες σε πραγματικό χρόνο

(RTB) για το κάθε άτομο που έχει φορτώσει έναν ιστότοπο ή μια εφαρμογή. Οι καταγγελλόμενοι χρησιμοποιούν διαφορετικούς μηχανισμούς (RTB), ήτοι (1) το σύστημα RTB που χρησιμοποιεί η IAB Europe, το οποίο ονομάζεται "OpenRTB", και (2) το σύστημα της Google, το οποίο ονομάζεται **"Authorized Buyers"**.⁸ Οι χιλιάδες εταιρείες του κλάδου RTB πρέπει να συμμορφώνονται με αυτούς τους κανόνες προκειμένου να συμμετάσχουν στην αγορά των RTB, η οποία ανέρχεται σε πολλά δισεκατομμύρια ευρώ.

8. Τα συστήματα RTB της IAB Europe και της Google αναμεταδίδουν τις ιδιωτικές δραστηριότητες για οτιδήποτε κάνουμε και παρακολουθούμε στο διαδίκτυο, καθώς και το που βρισκόμαστε στον πραγματικό κόσμο,⁹ σε ένα μεγάλο αριθμό εταιρειών, εκατοντάδες δισεκατομμύρια φορές κάθε μέρα.¹⁰ Πιο συγκεκριμένα, το σύστημα RTB της Google είναι ενεργό σε 13,5 εκατομμύρια ιστότοπους,¹¹ ενώ το σύστημα RTB της IAB είναι ενεργό σε αμέτρητους άλλους. Δεν υπάρχει τρόπος περιορισμού του τι συμβαίνει σε αυτά τα δεδομένα και επομένως τα συστήματα RTB της IAB Europe και της Google συνεπάγονται μια τεράστια και συνεχή παραβίαση δεδομένων. Παραπέμπουμε την ΑΠΔΠΧ στη Μελέτη Ryan για μια λεπτομερή εξήγηση του συστήματος RTB, του τρόπου λειτουργίας του και τις ανησυχίες που εγείρονται σχετικά με την προστασία δεδομένων.

9. Υπάρχουν τέσσερις βασικές και σχετικές ανησυχίες:

- i. **Πρώτον**, δεν υπάρχουν τα «τεχνικά ή οργανωτικά μέτρα», όπως απαιτείται από το άρθρο 5 παράγραφος 1 στοιχείο στ) του GDPR, για τον έλεγχο της διάδοσης προσωπικών δεδομένων RTB μετά τη αναμετάδοσή τους. Ο τεράστιος αριθμός παραληπτών σημαίνει ότι αυτοί που αναμεταδίδουν τα προσωπικά δεδομένα δεν μπορούν να τα προστατεύσουν αυτά τα δεδομένα από τη μη εξουσιοδοτημένη ή παράνομη περαιτέρω επεξεργασία τους, σε αντίθεση με ό,τι απαιτείται από το άρθρο 5 παράγραφος 1 στοιχείο στ) του GDPR. Η IAB Europe αναγνώρισε, τον Μάιο του 2018, ότι δεν υπάρχει τεχνικός τρόπος περιορισμού του τρόπου χρήσης των δεδομένων μετά τη λήψη των δεδομένων από τους αποδέκτες («*there is no technical way to limit the way data is used after the data is received*»¹²). Οι αδυναμίες των ισχυριζόμενων διασφαλίσεων από την πλευρά των καταγγελλομένων περιγράφονται στις παραγράφους 30-46, παρακάτω.

⁸ Προηγουμένως ονομάζονταν "DoubleClick".

⁹ Δείτε την Μελέτη Ryan για λεπτομέρειες σχετικά με τα δεδομένα που μπορούν να μεταδοθούν.

¹⁰ Για παράδειγμα, ένας οίκος δημοπρασιών RTB, που ονομάζεται Index Exchange, διεξήγαγε 120 δισεκατομμύρια δημοπρασίες την ημέρα. Δείτε & quot; IX Φίλτρο επισκεψιμότητας: Αντιμετώπιση των επιχειρηματικών προκλήσεων του 2020 με μηχανική εκμάθηση & quot; ;, Index Exchange, 6 Αυγούστου 2020 (URL: <https://www.indexexchange.com/ix-traffic-filter-meeting-2020s-business-challenges-with-machine/>, τελευταία πρόσβαση 12 Σεπτεμβρίου 2020). Δείτε περισσότερα στο Παράρτημα 3

¹¹ Το Doubleclick.net εντοπίστηκε σε 13,5 εκατομμύρια ιστότοπους (5.002.707 και 8.823.691 επιπλέον ιστότοπους που σχετίζονται με αυτούς τους ιστότοπους). Δεδομένα από το BuiltWith.com (URL: <https://trends.builtwith.com/ads/DoubleClick.Net>, τελευταία πρόσβαση στις 11 Σεπτεμβρίου 2020).

¹² URL <https://github.com/InteractiveAdvertisingBureau/GDPR-Transparency-and-Consent-Framework/blob/master/pubvendors.json%20v1.0%20Draft%20for%20Public%20Comment.md#liability>.

- ii. **Δεύτερον**, επειδή τα συστήματα RTB της IAB και της Google αναμεταδίδουν προσωπικά δεδομένα χωρίς τεχνικές εγγυήσεις, είναι αδύνατο για τις εταιρείες που χρησιμοποιούν το σύστημα RTB να παρέχουν στο υποκείμενο των δεδομένων τις πληροφορίες που απαιτούνται με βάση τα άρθρα 13 και 14 του GDPR. Για παράδειγμα, δεν υπάρχουν επαρκείς διασφαλίσεις για να εμποδίσουν αυτούς τους αρχικούς παραλήπτες να χρησιμοποιούν παράνομα τα δεδομένα που λαμβάνουν για άλλους σκοπούς ή να μοιράζονται τα δεδομένα με οποιονδήποτε αριθμό άλλων εταιρειών. Πράγματι, δεν υπάρχει πιθανός τρόπος για τον εκτελούντα την επεξεργασία να αποτυπώσει όλες τις πραγματικές χρήσεις και τους συνολικούς αποδέκτες των δεδομένων, καθώς δεν υπάρχει η δυνατότητα ελέγχου μόλις αναμεταδοθούν αυτά τα δεδομένα. Επομένως, ο εκτελών την επεξεργασία δεν μπορεί να συμμορφωθεί με το άρθρο 13 παράγραφος 1 στοιχείο γ) και το άρθρο 14 παράγραφος 1 στοιχείο γ) του GDPR.
- iii. **Τρίτον**, τα εν λόγω προσωπικά δεδομένα πολύ συχνά μπορεί να περιλαμβάνουν και ειδικές κατηγορίες δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.¹³ Ειδικότερα, οι ιστοσελίδες ή οι εφαρμογές τις οποίες επισκέπτεται το υποκείμενο των δεδομένων μπορεί να περιέχουν πληροφορίες που λειτουργούν ως δείκτες αναφορικά με τον σεξουαλικό του προσανατολισμό, την εθνοτική του καταγωγή, τα πολιτικά του φρονήματα κλπ. Τέτοιου είδους δείκτες ενδέχεται να είναι σαφείς ή να συνάγονται εύκολα, αποτελεσματικά και με μεγάλη ακρίβεια μέσω της χρήσης σύγχρονων τεχνικών ανάλυσης δεδομένων.¹⁴ Για το σκοπό αυτό, το Παράρτημα 3 δείχνει ότι τα δεδομένα RTB αναμεταδίδονται σε οργανισμούς, οι οποίοι στη συνέχεια παράγουν εξαιρετικά περίπλοκα προφίλ ατόμων χωρίς τη γνώση του υποκειμένου των δεδομένων, πόσο μάλλον τη συγκατάθεση. Στα παραδείγματα στο Παράρτημα 3 περιλαμβάνεται ένας μεσίτης δεδομένων που χρησιμοποίησε δεδομένα RTB για την καταγραφή προφίλ ατόμων της ΛΟΑΤΚΙ κοινότητας στην Πολωνία προκειμένου να επηρεάσει την ψήφο τους στις Κοινοβουλευτικές Εκλογές του 2019. Επιπλέον, είναι απίθανο τα υποκείμενα των δεδομένων να γνωρίζουν επαρκώς ότι τα προσωπικά τους δεδομένα έχουν αποτελέσει προϊόν ανταλλαγής και αναμετάδοσης, εκτός και εάν έχουν κατά κάποιο τρόπο καταφέρει να υποβάλλουν αποτελεσματικά αιτήματα πρόσβασης σε έναν μεγάλο

¹³ Βλέπε παράρτημα: Συμπληρωματικά αποδεικτικά στοιχεία σχετικά με τη διαρροή προσωπικών δεδομένων RTB σε μεσίτες δεδομένων και στην κλίμακα του RTB.

¹⁴ Βλέπετε Ομάδα εργασίας του άρθρου 29, Guidelines on Automated individual decision-making and Profiling for the purposes of Regulation 2016/679 «Profiling can create special category data by inference from data which is not special category data in its own right but becomes so when combined with other data. For example, it may be possible to infer someone's state of health from the records of their food shopping combined with data on the quality and energy content of foods». Στο σημείο αυτό, πρέπει να υπογραμμίσουμε επίσης ότι όπως επιβεβαιώθηκε από το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην υπόθεση Peter Nowak κατά Data Protection Commissioner οι ανακριβείς πληροφορίες, όπως στην προκειμένη περίπτωση πληροφορίες οι οποίες έχουν συσταθεί για το υποκείμενο των δεδομένων, αποτελούν προσωπικά δεδομένα. Φυσικά, αυτή η αντίληψη είναι απόλυτα εύλογη καθώς διαφορετικά δεν θα μπορούσε να ασκηθεί στη πράξη και το δικαίωμα διόρθωσης.

αριθμό εταιριών.¹⁵ Κάτι τέτοιο, είναι σχεδόν αδύνατο για τα υποκείμενα των δεδομένων, υπονομεύοντας έτσι τον σκοπό του GDPR να παρέχει αποτελεσματική και πλήρη προστασία στα δικαιώματα των υποκειμένων των δεδομένων.

iv. **Τέταρτον**, τα συστήματα RTB της IAB και Google:

α) Συγκεντρώνουν ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών για τα υποκείμενα των δεδομένων τα οποία υπερβαίνουν τις απαιτούμενες πληροφορίες που χρειάζονται για την παροχή των σχετικών διαφημίσεων,

β) συλλέγουν και διαδίδουν τα δεδομένα αυτά για σκοπούς που υπερβαίνουν πολύ τους σκοπούς στους οποίους ένα υποκείμενο δεδομένων μπορεί να κατανοήσει ή να συναινέσει ή να αντιταχθεί.

Τα Παραρτήματα αποδεικνύουν ότι δεν υπάρχει νομική αιτιολόγηση και βάση για τέτοια διεισδυτική και επεμβατική κατάρτιση προφίλ και επεξεργασία προσωπικών δεδομένων με απώτερο σκοπό το κέρδος.

10. Μαζί, τα συστήματα RTB της Google και τη IAB έχουν ως αποτέλεσμα τις εκτεταμένες και συστηματικές παραβιάσεις των δικαιωμάτων των υποκειμένων των δεδομένων. Αιτούμαστε από την ΑΠΔΠΧ να λάβει μέτρα για βοηθήσει τον τερματισμό αυτών των καταχρήσεων. Οι δράσεις που καλείται να εκτελέσει η ΑΠΔΠΧ παραθέτονται αναλυτικά στις παραγράφους 57-69 που ακολουθούν.

11. Οι Εποπτικές Αρχές των καταγγελλόμενων έχουν επίσης ξεκινήσει να αναφέρονται στις παραβιάσεις του GDPR συμπεριλαμβανομένων των συστημάτων RTB όπως περιγράφεται παρακάτω:

i. **IAB Europe** -Τον Οκτώβριο του 2020,¹⁶ η Βελγική Αρχή Προστασίας Δεδομένων (APD) ανακάλυψε ότι το Πλαίσιο Διαύγειας και Συγκατάθεσης (Transparency & Consent Framework” (the Framework) της IAB παραβιάζει τις διατάξεις του GDPR λόγω έλλειψης ασφάλειας, διαφάνειας και εξαιτίας της χρήσης ακατάλληλων νομικών βάσεων.

¹⁵ Το πρόβλημα αυτό επιδεινώνεται λόγω του ότι οι εταιρείες είναι κατά κύριο λόγο άγνωστες και απρόσιτες για τα υποκείμενα των δεδομένων αφού οι υπεύθυνοι επεξεργασίας που συλλέγουν αρχικά τα δεδομένα σπανίως παρέχουν συγκεκριμένες πληροφορίες για τους αποδέκτες ή τις κατηγορίες αποδεκτών αυτών των πληροφοριών, ενώ οι αποδέκτες με τη σειρά τους δεν ενημερώνουν τα υποκείμενα των δεδομένων για τη συλλογή των δεδομένων τους σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 14 του Κανονισμού 2016/679 (GDPR).

¹⁶ <https://www.iccl.ie/human-rights/info-privacy/apd-iab-findings/>

ii. **Google** – Τον Μάρτιο του 2019,¹⁷ η Ιρλανδική Αρχή Προστασίας Δεδομένων ξεκίνησε μια έρευνα για πιθανές παραβιάσεις («suspected infringement») των διατάξεων του GDPR από το σύστημα «Authorized Buyers». Νεότερα για την έρευνα αυτή αναμένονται σύντομα.

12. Επομένως, γίνεται αντιληπτό ότι σχετιζόμενες εποπτικές αρχές έχουν ξεκινήσει έρευνες εξετάζοντας το πλαίσιο RTB καθώς επίσης και τις πολιτικές και τις διαδικασίες που στηρίζουν τη χρήση του, και υπάρχουν σημαντικές προοπτικές συνεργασίας με βάση τα άρθρο 60 επόμενα του GDPR.

Γ. Πολιτικές και διαδικασίες

13. Η IAB Europe¹⁸ εγκαθίδρυσε το “Transparency & Consent Framework” (TCF),¹⁹ το οποίο φιλοδοξεί να αποτελέσει ένα μέτρο συμμόρφωσης με τον GDPR. Η Google επίσης χρησιμοποιεί το TCF, και επιπλέον υποτίθεται ότι παρέχει και συμβατική προστασία. Κάνουμε αναφορά στο κάθε ένα πλαίσιο ξεχωριστά κάτωθι.

a) IAB Europe – Πλαίσιο διαφάνειας και συναίνεσης.

14. Η IAB Europe ανέπτυξε και λειτουργεί το Πλαίσιο TCF.

15. Το TCF βασίζεται στην ιδέα της συλλογής συναίνεσης από ένα υποκείμενο δεδομένων ή της γνωστοποίησης των έννομων συμφερόντων που επιδιώκει ο υπεύθυνος επεξεργασίας ως νομικές βάσεις της επεξεργασίας για όλα τα δεδομένα που θα διαμοιραστούν και θα αποτελέσουν αντικείμενο επεξεργασίας για εκατοντάδες (επι του παρόντος 628)²⁰ εταιρείες που έχουν εγγραφεί στο TCF. Φυσικά, σε αυτό τον αριθμό πρέπει να προσθέσουμε και τον πολύ μεγάλο, αλλά άγνωστο, αριθμό πρόσθετων εταιρειών με τους οποίους αυτές οι 628 εταιρίες ενδέχεται να μοιράζονται δεδομένα.

16. Η Βελγική Αρχή Προστασίας Δεδομένων, η κύρια Εποπτική Αρχή για το Πλαίσιο TCF, έχει καταλήξει σε προκαταρκτικά συμπεράσματα σχετικά με παραβάσεις του GDPR από το TCF. Αναφερόμενη στο TCF αναφέρει ότι:

“The Inspection Service estimates that the approach of IAB Europe shows that it neglects the risks which may affect the rights and liberties of the persons concerned. The authorisation for continuing the

¹⁷ Το άρθρο 110 του Ιρλανδικού Νόμου περί Προστασίας Δεδομένων, βάσει του οποίου διεξάγεται η έρευνα, αφορά περιπτώσεις υποψίας παράβασης.

¹⁸ Ανατρέξτε στην σχετική αναφορά στο μνημόνιο συμφωνίας τους σχετικά με το TCF στο «TCF Governance», IAB Europe (URL: <https://iabeuropa.eu/tcf-governance/>).

¹⁹ https://iabeuropa.eu/wp-content/uploads/2020/08/TCF_v2-0_FINAL_2020-08-24-3.2.pdf.

²⁰ IAB Europe TCF Global Vendor List (URL: <https://iabeuropa.eu/vendor-list-tcf-v2-0/>, last accessed 5 November 2020).

*negotiations with a Publisher which does not comply with the applicable rules and the absence of a compliance check may affect the securement [security] of the processing operation”.*²¹

17. Αυτό το συμπέρασμα από τη Βελγική Αρχή Προστασίας δεν προκαλεί βέβαια κάποια έκπληξη. Θεωρούμε ότι ενυπάρχει ένα θεμελιώδες ελάττωμα στον σχεδιασμό αυτού του συστήματος. Συγκεκριμένα, αυτό το Πλαίσιο αναγνωρίζει ρητά ότι όταν οι πληροφορίες για ένα υποκείμενο έχουν αναμεταδοθεί, ο υπεύθυνος επεξεργασίας (και, εμμέσως, το υποκείμενο των δεδομένων) χάνει κάθε έλεγχο αναφορικά με τον τρόπο με τον οποίο επεξεργάζονται αυτές οι πληροφορίες στην συνέχεια. Μάλιστα, το Πλαίσιο αποδέχεται ότι όταν ένα τρίτο μέρος προχωρά σε πράξεις οι οποίες δεν είναι σύμφωνες με την ισχύουσα νομοθεσία, η ροή πληροφοριών προς αυτό το τρίτο μέρος ενδέχεται να συνεχίζεται κανονικά. Το TCF δηλώνει (προσθήκη έμφασης):

*“If a CMP [“Consent Management Platform”] reasonably believes that a Vendor [an RTB data recipient] is not in compliance with the Specifications and/or the Policies, it must promptly notify IAB Europe according to MO procedures and may, as provided for by MO procedures, pause working with the Vendor while the matter is addressed”.*²²

Αυτό παρέχει διακριτική ευχέρεια στον υπεύθυνο επεξεργασίας να συνεχίσει να επεξεργάζεται και να διανέμει προσωπικά δεδομένα, ακόμη και αν αυτός γνωρίζει ότι ο παραλήπτης δεδομένων ενεργεί παραβιάζοντας τις διατάξεις προστασίας προσωπικών δεδομένων.

18. Τα έγγραφα της ίδιας της IAB βεβαιώνουν ότι χιλιάδες πωλητές («thousands of vendors») μπορούν να αποδέχονται δεδομένα από μόνο μία δημοπρασία RTB και ότι δεν γίνεται τεχνικά να περιοριστούν οι τρόποι με τους οποίους τα προσωπικά δεδομένα δύναται να επεξεργάζονται μετά τη λήψη τους από τον κάθε πωλητή (*“there is no technical way to limit the way data is used after the data is received by a vendor ”*).²³

²¹ Το κείμενο των προκαταρκτικών συμπερασμάτων δεν έχει δημοσιευτεί ακόμα επίσημα από την Βελγική Αρχή Προστασίας. Μπορείτε ωστόσο να εξακριβώσετε το κείμενο που παραπέμπουμε μέσω επικοινωνίας μαζί της.

²² Βλέπετε περισσότερα <https://iabeurope.eu/iab-europe-transparency-consent-framework-policies/>

²³ <https://github.com/InteractiveAdvertisingBureau/GDPR-Transparency-and-Consent-Framework/blob/master/pubvendors.json%20v1.0%20Draft%20for%20Public%20Comment.md>

19. Για το λόγο αυτό, η Διευθύνων Σύμβουλος της IAB Europe είχε γράψει στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 2017, ένα χρόνο πριν από την έναρξη του TCF, για να γνωστοποιήσει ότι είναι τεχνικά αδύνατο για τον χρήστη να λάβει εκ των προτέρων πληροφορίες για κάθε υπεύθυνο επεξεργασίας που εμπλέκεται σε αυτό το σενάριο δημοπρασιών σε πραγματικό χρόνο - RTB (*"it is technically impossible for the user to have prior information about every data controller involved in a real-time bidding (RTB) scenario"*)²⁴. Ως αποτέλεσμα, το RTB θα ήταν όπως καταλήγει η ίδια ασυμβίβαστο με τη συγκατάθεση βάσει του GDPR (*"incompatible with consent under the GDPR"*). Για τον λόγο αυτό, η Διευθύνων Σύμβουλος της IAB Europe ζήτησε εξαίρεση για το RTB από τον Κανονισμό e Privacy.
20. Επίσης, δεν υπάρχει κάποιος τρόπος επαλήθευσης ή ελέγχου των εταιρειών που λαμβάνουν δεδομένα RTB για να εξεταστεί τι έχουν κάνει με αυτά τα δεδομένα. Οι πολιτικές του TCF απλώς προτείνουν, αλλά δεν προσπαθούν να ορίσουν, το ενδεχόμενο η IAB να επιχειρήσει κάποια μορφή ελέγχου σχετικά με το τι έχουν κάνει αυτές οι εταιρείες με τα προσωπικά δεδομένα.²⁵ Φυσικά, δεν θα ήταν δυνατό να ανακαλύψει κανείς τι είχε συμβεί σε ένα σύστημα που μεταδίδει ευρέως προσωπικά δεδομένα σε τόσες πολλές εταιρείες, εκατοντάδες δισεκατομμύρια φορές την ημέρα.
21. Επιπλέον, και όπως περιγράφεται λεπτομερώς σε πρόσφατη μελέτη του Δρ Ryan, στο Παράρτημα 3, τα δεδομένα που αποτελούν προϊόν επεξεργασίας συχνά περιλαμβάνουν και ειδικές κατηγορίες δεδομένων.
- ²⁶ Το αρχικό εύρημα της Βέλγικης Αρχής (APD) είναι ότι:
22. *"The TCF does not provide for appropriate rules for the processing of special categories of personal data. Yet, the OpenRTB standard, governed by the TCF of IAB Europe, allows processing special categories of personal data."*²⁷
23. Μια άλλη ανησυχία που προκύπτει για το TCF είναι το γεγονός ότι προβλέπει πως όσοι λαμβάνουν μέσω της διαδικασίας RTB προσωπικά δεδομένα μπορούν να τα διαδίδουν σε τρίτους, ανεξάρτητα από το αν ένα υποκείμενο δεδομένων χρησιμοποίησε τις λειτουργίες του Πλαισίου TCF που υποτίθεται ότι παρέχουν μια νομική βάση επεξεργασίας. Το TCF αναφέρει ότι μία εταιρεία μπορεί να μοιράζεται δεδομένα RTB με οποιοδήποτε άλλο κατά τη διακριτική της ευχέρεια, και συγκεκριμένα μπορεί να βασιστεί σε αυτό που ο

²⁴ Έγγραφο Lobbying που εστάλη από τον Διευθύνοντα Σύμβουλο της IAB Europe σε ανώτερους υπαλλήλους της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, «Οι προτεινόμενοι νέοι κανόνες για τα cookie της ΕΕ: ψηφιακή διαφήμιση, ευρωπαϊκά μέσα ενημέρωσης και πρόσβαση των καταναλωτών σε διαδικτυακές ειδήσεις, άλλο περιεχόμενο και υπηρεσίες», IAB Europe, Ιούνιος 2017. Αυτό το έγγραφο ήταν αποστέλλεται στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή ΓΔ Connect (λαμβάνεται με αίτημα ελευθερίας ενημέρωσης). Δείτε τη σελίδα 3 του συνημμένου στο email στη διεύθυνση URL: <https://www.icl.ie/wp-content/uploads/2020/10/IAB-to-Commission-email-and-attachment-26-June-2017.pdf>

²⁵ ο MO [IAB Europe] μπορεί να υιοθετήσει διαδικασίες για περιοδικό έλεγχο και επαλήθευση της συμμόρφωσης ενός Προμηθευτή με τις Πολιτικές. ", στο "Πλαίσιο διαφάνειας και συναίνεσης - Έκδοση πολιτικών 2020-08-24.3.2" IAB Europe, 2020 (URL: https://iabeurope.eu/wp-content/uploads/2020/08/TCF_v2-0_FINAL_2020-08-24-3.2.pdf), σελ. 21

²⁶βλ. <https://ico.org.uk/media/about-the-ico/documents/2615156/adtech-real-time-bidding-report-201906.pdf> and <https://www.icl.ie/wp-content/uploads/2020/09/1.-Submission-to-Data-Protection-Commissioner.pdf>

²⁷ Βλέπετε Supra note 15.

TCF αποκαλεί “αιτιολογημένη βάση” (*‘justified basis for relying on the recipient Vendor’s having a legal basis for processing personal data.’*).²⁸ Ένας πωλητής θα μπορούσε να έχει μια διαφορετική άποψη για μια μη καθορισμένη “αιτιολογημένη βάση” για να θεωρήσει ότι υπάρχει νόμιμος λόγος για την μεταφορά προσωπικών δεδομένων σε τρίτους, ακόμη και όταν το υποκείμενο των δεδομένων έχει αρνηθεί ρητά τη συγκατάθεσή του. Επομένως, γίνεται αντιληπτό ότι το Πλαίσιο TCF βασίζεται στη διακριτική ευχέρεια εκατοντάδων επιχειρήσεων για τις οποίες η υψηλή ταχύτητα συναλλαγών προσωπικών δεδομένων αποτελεί το επιχειρηματικό τους μοντέλο. Άρα, ενδέχεται να εμφανιστεί σε ένα υποκείμενο δεδομένων ένα αίτημα συγκατάθεσης για την επεξεργασία των δεδομένων του, αλλά εάν η συγκατάθεση παραχωρηθεί ή όχι είναι ουσιαστικά εντέλει αδιάφορο.

24. Συμπερασματικά, δεν υπάρχει κάποια επαρκή διαδικασία ελέγχου εντός του Πλαισίου TCF που να εξασφαλίζει την ενδεδειγμένη προστασία των δικαιωμάτων των υποκειμένων για τα προσωπικά τους δεδομένα.

b) Google – Authorized Buyers.

25. Η Google χρησιμοποιεί το σύστημα TCF και είναι εξέχον μέλος της IAB. Επιπλέον, εταιρείες συστημάτων RTB που επιθυμούν να λαμβάνουν εκπομπές RTB από την Google πρέπει να υπογράψουν τις Κατευθυντήριες Γραμμές της Google.²⁹ Αυτές οι κατευθυντήριες γραμμές εγείρουν ορισμένες ανησυχίες.

26. Οι εν λόγω Κατευθυντήριες Γραμμές της Google μετατοπίζουν την ευθύνη για την προστασία των δεδομένων στις 964³⁰ εταιρείες που λαμβάνουν εκπομπές προσωπικών δεδομένων από το σύστημα RTB της. Τα έγγραφα της Google αναφέρονται σε αυτές τις εταιρείες ως “Buyers” και στα δεδομένα αιτήματος προσφοράς RTB ως “call out data.” Κάτω από την επικεφαλίδα “ RTB Callout Data Restriction”, οι Κατευθυντήριες Γραμμές της Google αναφέρει:

“Buyer ... must not: (i) use callout data for that impression to create user lists or profile users; (ii) associate callout data for that impression with third party data”.

²⁸ Σελ 21, παρ 18.

²⁹ <https://support.google.com/doubleclick/adxbuyer/guidelines.html>

³⁰ Επιπλέον 1,218 βρίσκονται στη λίστα της Google “certified external vendors”, οι οποίοι είναι πιθανότατα οι μόνοι άμεσοι αποδέκτες των δεδομένων από την Google εκτός του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου. Δείτε περισσότερα στα έγγραφα “Ad technology providers”, “Ad manager” και “Ad Exchange program policies” της Google (URL: <https://support.google.com/admanager/answer/9012903>), και “Certified external vendors”, “Third-Party Ad Serving Certifications” της Google (URL: <https://developers.google.com/third-party-ads/adx-vendors>)

Κάτω από την επικεφαλίδα "Data Protection", η Google ενημερώνει τις εταιρείες που λαμβάνουν RTB δεδομένα από τη Google ότι πρέπει να ειδοποιήσουν την Google αν προτίθενται να παραβιάσουν τους κανόνες της:

“Buyer will regularly monitor your compliance with this obligation and immediately notify Google in writing if Buyer can no longer meet (or if there is a significant risk that Buyer can no longer meet) this obligation, and in such cases Buyer will either cease processing Personal Information or immediately take other reasonable and appropriate steps to remedy the failure to provide an adequate level of protection”.

Η διασφάλισης που παρέχει η Google εξαρτώνται εξ ολοκλήρου από τη διακριτική ευχέρεια σχεδόν χιλιάδων εταιρειών, οι οποίες καλούνται να προσφέρουν εθελοντικά και εκ των προτέρων πληροφορίες προς την Google σχετικά με την κακή πρακτική και συμπεριφορά τους.

27. Το ως άνω κείμενο των Κατευθυντήριων Γραμμών της Google κάνει γνωστό ότι η Google δεν έχει κανέναν έλεγχο επί των προσωπικών δεδομένων που αναμεταδίδει εκατοντάδες δισεκατομμύρια φορές την ημέρα. Επιπλέον, το σύστημα RTB στο Πλαίσιο “Authorized Buyers”, το οποίο σχεδιάστηκε και ελέγχεται από την Google, δεν παρέχει αποτελεσματικό έλεγχο στον τρόπο με τον οποίο αυτά τα δεδομένα χρησιμοποιούνται μετά τη αναμετάδοσή τους. Οι μόνοι περιορισμοί που επιβάλλονται είναι στο πλαίσιο της συμβατικής σχέσης που υπάρχει, ενώ δεν είναι σαφές σε ποιο βαθμό αυτοί οι περιορισμοί εφαρμόζονται ή μπορούν να εφαρμοστούν. Το ίδιο ισχύει και για τους όρους χρήσης της Google “Google Ads Controller-Controller Data Protection Terms.”³¹
28. Επιπλέον, ακόμη και αυτοί οι αναποτελεσματικοί περιορισμοί είναι προβληματικοί. Για παράδειγμα, από το κείμενο των Κατευθυντήριων Γραμμών δεν γίνεται εύκολα αντιληπτό ποιοι είναι οι περιορισμοί που εφαρμόζονται στην περίπτωση που ένας Buyer / Αγοραστής είναι επιτυχής με την προσφορά του, καθώς οι περιορισμοί φαίνεται να εφαρμόζονται μόνο ως προς τους ανεπιτυχείς πλειοδότες (βλέπετε απόσπασμα: “Unless Buyer wins a given impression, it must not: (i) use callout data for...”)³²
29. Άρα υπάρχουν ανεπαρκείς τεχνικές διασφάλισης για την προστασία των προσωπικών δεδομένων στο RTB σύστημα της Google.

³¹ <https://privacy.google.com/businesses/controllerterms/>

³² Βλέπετε περισσότερα

<https://www.google.com/intl/en/authorizedbuyers/guidelines/#:~:text=Unless%20Buyer%20wins%20a%20given,aggregate%20form%2C%20with%20third%20parties.>

Δ. Τα ζητήματα που ανακύπτουν: Νομικές Επιφυλάξεις

30. Το περιβάλλον που περιγράφεται ανωτέρω, υποδεικνύει ότι ο τρόπος με τον οποίο τα προσωπικά δεδομένα υπόκεινται σε επεξεργασία από τη βιομηχανία συμπεριφορικής διαφήμισης εγείρει σημαντικές προκλήσεις για τη συμμόρφωση με τις διατάξεις του GDPR και του Ν.4624/2019.
31. Θεωρούμε ότι οι αρχές που προβλέπονται στο άρθρο 5 του GDPR αφορούν άμεσα τις πράξεις επεξεργασίας που διενεργούνται στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων της βιομηχανίας συμπεριφορικής διαφήμισης, τις διαδικασίες RTB και τις σχετικές πολιτικές.
- i. Ακεραιότητα και εμπιστευτικότητα*
32. Ο κύριος προβληματισμός μας σχετικά με τα πρωτόκολλα RTB της Google και της IAB είναι ότι επιτρέπουν προσωπικά δεδομένα, και ειδικές κατηγορίες προσωπικών δεδομένων να συμπεριλαμβάνονται στις αναμεταδόσεις RTB, ενώ ταυτόχρονα δεν διαθέτουν κανένα τρόπο για να προστατεύουν τα δεδομένα αυτά έναντι της μη εξουσιοδοτημένης και πιθανόν απεριόριστης επεξεργασίας και διάδοσής τους.
33. Το άρθρο 5(1)(στ) του GDPR απαιτεί την “ενδεδειγμένη ασφάλεια των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, μεταξύ άλλων την προστασία τους από μη εξουσιοδοτημένη ή παράνομη επεξεργασία και τυχαία απώλεια, καταστροφή ή φθορά, με τη χρησιμοποίηση κατάλληλων τεχνικών ή οργανωτικών μέτρων (ακεραιότητα και εμπιστευτικότητα).”
34. Ωστόσο, τα συστήματα των καταγγελλομένων δεν παρέχουν επαρκείς διασφαλίσεις για την τήρηση της αρχής της ακεραιότητας και της εμπιστευτικότητας των προσωπικών δεδομένων. Συγκεκριμένα, τα συστήματα αυτά είναι ανίκανα να προστατέψουν τα δεδομένα από πράξεις επεξεργασίας που είναι παράνομες ή μη εξουσιοδοτημένες, οι οποίες πραγματοποιούνται από χιλιάδες εταιρίες που λαμβάνουν προσωπικά δεδομένα στο πλαίσιο των αναμεταδόσεων RTB, ενώ οι εν λόγω εταιρίες δεν αποτρέπονται στην πράξη για τον περεταίρω διαμοιρασμό αυτών των προσωπικών δεδομένων.
35. Επιπροσθέτως, οι καταγγελλόμενοι είναι:

- a. Μη ικανοί να εξασφαλίσουν διαυγείς διαδικασίες αναφορικά με τη πλήρη έκταση της διάδοσης των δεδομένων και των άλλων πράξεων επεξεργασίας που λαμβάνουν χώρα σχετικά με αυτά, όταν τα δεδομένα αναμεταδίδονται.
- b. Μη ικανοί να διαθέσουν ένα επίσημο δικαίωμα στα υποκείμενα των δεδομένων, με βάση το οποίο τα υποκείμενα να μπορούν να αντιταχθούν στην επεξεργασία των δεδομένων τους από κάθε οντότητα που λαμβάνει τα δεδομένα τους στο πλαίσιο του RTB συστήματος. Αυτό συμβαίνει, επειδή το ίδιο το σύστημα RTB είναι έτσι σχεδιασμένο προκειμένου τα δεδομένα να διαχέονται σε έναν απρόβλεπτο αριθμό αποδεκτών. Επομένως, τα υποκείμενα των δεδομένων δεν μπορούν να γνωρίζουν ποιοι είναι αυτοί οι αποδέκτες και δεν μπορούν να αντιταχθούν στην επεξεργασία των προσωπικών τους δεδομένων αφού δεν γνωρίζουν την ταυτότητα των αποδεκτών αυτών.

ii. Νομιμότητα, αντικειμενικότητα και διαφάνεια της επεξεργασίας

36. Το άρθρο 5(1)(α) ορίζει ότι τα δεδομένα υποβάλλονται σε σύννομη και θεμιτή επεξεργασία με διαφανή τρόπο σε σχέση με το υποκείμενο των δεδομένων. Η επεξεργασία είναι σύννομη μόνο εάν και εφόσον ισχύει τουλάχιστον μία από τις προϋποθέσεις που αναγράφονται στο Άρθρο 6. Αναφορικά με τις πράξεις επεξεργασίας που εξετάζονται στο παρόν αίτημα, μόνο δύο προϋποθέσεις τυχάνουν εφαρμογής:

- i. Το υποκείμενο των δεδομένων έχει συναινέσει στην επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα του για έναν ή περισσότερους συγκεκριμένους σκοπούς, ή
- ii. η επεξεργασία είναι απαραίτητη για τους σκοπούς των έννομων συμφερόντων που επιδιώκει ο υπεύθυνος επεξεργασίας ή τρίτος, εκτός εάν έναντι των συμφερόντων αυτών υπερισχύει το συμφέρον ή τα θεμελιώδη δικαιώματα και οι ελευθερίες του υποκειμένου των δεδομένων που επιβάλλουν την προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, ιδίως εάν το υποκείμενο των δεδομένων είναι παιδί.

37. Η βιομηχανία επιγραμμικής συμπεριφορικής διαφήμισης είναι ανίκανη να λάβει τη συγκατάθεση των υποκειμένων των δεδομένων, όπως έχει άλλωστε γίνει γνωστό και από την ίδια την IAB Europe στο πλαίσιο της επιστολής που είχε αποστείλει στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή του 2017, και την οποία αναφέρουμε στην παράγραφο 19, ως άνω.

38. Επίσης, η χρήση έννομων συμφερόντων ως νομική βάση της επεξεργασίας σχετικά με τη διαδικασία RTB θα δημιουργούσε σημαντικές προκλήσεις. Κάθε προσδοκώμενο έννομο συμφέρον δεν είναι απόλυτο αλλά συνυπολογίζεται σε συνάρτηση με τα συμφέροντα, τα θεμελιώδη δικαιώματα και τις ελευθερίες του υποκειμένου των δεδομένων. Επομένως, αφού τα προσωπικά δεδομένα των υποκειμένων μεταφέρονται σε ένα ευρύ δίκτυο τρίτων μερών, με άγνωστες επιπτώσεις για την προστασία των δεδομένων και χωρίς τη πρόβλεψη των απαραίτητων διασφαλίσεων, δεν θα μπορούσε κατά τη γνώμη μας η χρήση αυτής της βάσης να δικαιολογηθεί δεόντως και οι σκοποί των συμφερόντων που επιδιώκει ο υπεύθυνος επεξεργασίας να θεωρηθούν αναγκαίοι. Επίσης, εάν το έννομο συμφέρον του υπευθύνου επεξεργασίας αποτελεί τη νομική βάση της επεξεργασίας, τα υποκείμενα των δεδομένων θα έπρεπε να έχουν γνώση των πράξεων της επεξεργασίας και να διαθέτουν το δικαίωμα στην εναντίωση της επεξεργασίας των δεδομένων τους. Τα πρώτα ευρήματα της APD σχετικά με τη χρήση του έννομου συμφέροντος από το σύστημα TCF ως μία πιθανή νομική βάση καταδεικνύουν ότι:

“IAB Europe does not demonstrate that the legitimate interest prevails over the fundamental interests, liberties, and rights of the relevant person which require protection of personal data; these rights have not been balanced.”³³

39. Επιπλέον, σύμφωνα με το Άρθρο 9 του GDPR, η επεξεργασία ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων μπορεί να έχει ως νομική βάση τη συγκατάθεση μόνο όταν το υποκείμενο των δεδομένων έχει παράσχει τη ρητή συγκατάθεση του για την επεξεργασία των δεδομένων του για έναν ή περισσότερους συγκεκριμένους σκοπούς. Όμως, τόσο το Πλαίσιο TCF όσο και οι Κατευθυντήριες Γραμμές του Authorized Buyers δίνει τη δυνατότητα στις εταιρίες της βιομηχανίας συμπεριφορικής διαφήμισης να επεξεργαστούν ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα χωρίς τη συγκατάθεση των υποκειμένων, και χωρίς να έχουν προσδιορίσει κάποιον/ους συγκεκριμένο/ους σκοπό/ους επεξεργασίας. Επομένως, θεωρούμε ότι οι πρακτικές της βιομηχανίας συμπεριφορικής διαφήμισης προκαλούν σημαντικές προκλήσεις και παραβιάζουν τις διατάξεις του άρθρου 9 του GDPR. Για το σκοπό αυτό, η APD αναφέρει στα προκαταρκτικά συμπεράσματά της σχετικά με το TCF, ότι η μόνη νομική βάση στην οποία μπορεί να βασιστεί η επεξεργασία ειδικών κατηγοριών στο πλαίσιο αυτό είναι η συγκατάθεση.

40. Ακόμη, σύμφωνα με το άρθρο 22 του GDPR η ρητή συγκατάθεση του υποκειμένου των δεδομένων είναι αναγκαία προκειμένου το εν λόγω υποκείμενο να υπόκειται σε απόφαση που λαμβάνεται αποκλειστικά βάσει αυτοματοποιημένης επεξεργασίας, συμπεριλαμβανομένης της κατάρτισης προφίλ, η οποία παράγει έννομα αποτελέσματα που το αφορούν ή το επηρεάζει σημαντικά με παρόμοιο τρόπο. Με βάση τις

³³ Βλέπετε Supra Note 14.

κατευθυντήριες γραμμές της Ομάδας Εργασίας του Άρθρου 29, αναγνωρίζονται περιπτώσεις συμπεριφορικής διαφήμισης οι οποίες θα μπορούσαν να θεωρηθούν ότι επηρεάζουν σημαντικά το υποκείμενο των δεδομένων. Αυτό αφορά συγκεκριμένα περιπτώσεις κατά τις οποίες τα ευάλωτα υποκείμενα δεδομένων στοχοποιούνται για υπηρεσίες διαφήμισης προϊόντων ή/και υπηρεσιών που ενδέχεται να τους προκαλέσουν βλάβη, όπως για παράδειγμα διαφημίσεις τυχερών παιγνίων και στοιχημάτων ή συγκεκριμένων χρηματοοικονομικών προϊόντων.

41. Τέλος, θα θέλαμε να επισημάνουμε ότι θεωρούμε ότι η επεξεργασία των δεδομένων (συμπεριλαμβανομένων ευαίσθητων δεδομένων) δεν γίνεται με την έγκυρη συγκατάθεση των υποκειμένων. Το Πλαίσιο της IAB Europe έχει δημιουργήσει ένα οικοσύστημα στο οποίο προσωπικά δεδομένα μοιράζονται και αναμεταδίδονται χωρίς τα υποκείμενα των δεδομένων να έχουν την οποιαδήποτε γνώση και έλεγχο για τις πράξεις επεξεργασίας που αφορούν τα δεδομένα τους και χωρίς να έχουν δώσει τη ρητή συγκατάθεσή τους. Επομένως, η αρχή της νομιμότητας, αντικειμενικότητας και διαφάνειας της επεξεργασίας παραβιάζεται από τις πρακτικές της βιομηχανίας επιγραμμικής συμπεριφορικής διαφήμισης.

iii. Ελαχιστοποίηση των δεδομένων & περιορισμός της περιόδου αποθήκευσης

42. Θα θέλαμε να εκφράσουμε τους προβληματισμούς μας αναφορικά με τις προκλήσεις που ανακύπτουν για τη συμμόρφωση της επεξεργασίας με τις αρχές της ελαχιστοποίησης των δεδομένων και του περιορισμού της περιόδου αποθήκευσης των δεδομένων όπως αυτές προβλέπονται στα άρθρα 5(γ) και 5(ε) του GDPR, αντίστοιχα. Η Google και η IAB θα μπορούσαν να αλλάξουν τους κανόνες λειτουργίας των RTB συστημάτων τους προκειμένου αυτά να μην αναμεταδίδουν πλέον προσωπικά δεδομένα. Ωστόσο, η βιομηχανία RTB βασίζεται σε μία αδηφάγα συλλογή διαφόρων κατηγοριών προσωπικών δεδομένων, η οποία θέτει κάτω από το μικροσκόπιο κάθε πτυχή της διαδικτυακής συμπεριφοράς των χρηστών. Η εν λόγω συλλογή δεν θα μπορούσε να θεωρηθεί σύμφωνη με την αρχή της ελαχιστοποίησης των δεδομένων, ενώ φυσικά θα μπορούσε να επιφέρει οξείες επιπτώσεις στην προστασία των δεδομένων αυτών.³⁴

43. Επιπροσθέτως το άρθρο 5(1)(ε), απαιτεί τα δεδομένα να διατηρούνται υπό μορφή που επιτρέπει την ταυτοποίηση των υποκειμένων των δεδομένων μόνο για το διάστημα που απαιτείται για τους σκοπούς της επεξεργασίας τους. Ωστόσο, οι Κατευθυντήριες Γραμμές του μηχανισμού Authorized Buyers προβλέπει ότι τα προσωπικά δεδομένα διατηρούνται για περίοδο 18 μηνών. Ωστόσο, δεν αιτιολογείται γιατί έχει επιλεγθεί το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα για τη διατήρηση των δεδομένων, και ποιους σκοπούς αυτό

το διάστημα αποσκοπεί, ενώ πρέπει να υπογραμμίσουμε ότι πρακτικά ακόμη και αυτό το χρονικό διάστημα δεν μπορεί να επιβεβαιωθεί. Σε κάθε περίπτωση τα δεδομένα διατηρούνται για μακρύ χρονικό διάστημα χωρίς να υπάρχει κάποιος συγκεκριμένος σκοπός επί αυτού.

iv. Προστασία των δεδομένων ήδη από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού

44. Το σύστημα RTB βασίζεται στη χρήση επιγραμμικών αναγνωριστικών στοιχείων ταυτότητας των χρηστών, έτσι ώστε να υπάρχει η δυνατότητα οι εταιρίες να ξεχωρίζουν μεταξύ τους τους χρήστες όταν επισκέπτονται ιστοσελίδες ή να μπορούν να τους ακολουθούν όταν χρησιμοποιούν διαφορετικές συσκευές ή δραστηριοποιούνται σε διαφορετικές πλατφόρμες. Αυτά τα αναγνωριστικά στοιχεία ταυτότητας συμπεριλαμβάνουν τα στοιχεία των συσκευών των χρηστών ή σχετίζονται και με cookies που τοποθετούνται στις συσκευές των χρηστών, όπως αναλυτικά περιγράφεται στη Μελέτη του ο Δρ. Ryan. Τα υποκείμενα των δεδομένων δεν μπορούν ωστόσο να αποκρύψουν τις περισσότερες φορές αυτά τα αναγνωριστικά στοιχεία της επιγραμμικής τους ταυτότητας, ή τουλάχιστον να τα διαχειριστούν. Επομένως, διακρίνεται μία σημαντική ανισορροπία μεταξύ των υπευθύνων επεξεργασίας που έχουν πρόσβαση σε αυτές τις πληροφορίες και των υποκειμένων των δεδομένων που δεν μπορούν πάντα να τις διαχειριστούν όπως θα επιθυμούσαν. Επομένως, ανακύπτουν σημαντικά εμπόδια για την άσκηση των δικαιωμάτων των υποκειμένων των δεδομένων σχετικά με τη συλλογή των εν λόγω πληροφοριών που λειτουργούν ως επιγραμμικά αναγνωριστικά στοιχεία ταυτότητας.
45. Ο ίδιος προβληματισμός εγείρει σημαντικές ερωτήσεις σχετικά με την αρχή της αντικειμενικότητας κατά την επεξεργασία προσωπικών δεδομένων, καθώς οι υπεύθυνοι επεξεργασίας έχουν εύκολη πρόσβαση στα επιγραμμικά αναγνωριστικά στοιχεία ταυτότητας των υποκειμένων, ενώ τα υποκείμενα δεν έχουν κάποια δυνατότητα στην πραγματικότητα να ελέγξουν αυτές τις πράξεις επεξεργασίας ή να τις περιορίσουν. Άρα, ανακύπτουν σημαντικές προκλήσεις για τη συμφωνία των εν λόγω πρακτικών με το άρθρο 25 του GDPR, το οποίο προβλέπει την προστασία των δεδομένων ήδη από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού.

v. Εκτίμηση αντικτύπου σχετικά με την προστασία δεδομένων

46. Δεδομένου του μεγάλου αριθμού προσωπικών δεδομένων, συμπεριλαμβανομένων ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων, τα οποία αποτελούν προϊόν επεξεργασίας στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων της βιομηχανίας επιγραμμικής συμπεριφορικής διαφήμισης, υπάρχει σοβαρό ενδεχόμενο η επεξεργασία να επιφέρει υψηλό κίνδυνο για τα δικαιώματα και τις ελευθερίες των υποκειμένων των δεδομένων. Άρα η διενέργεια εκτίμησης

αντικτύπου σχετικά με την προστασία των δεδομένων κρίνεται αναγκαία. Ωστόσο, δεν είμαστε σε θέση να γνωρίζουμε εάν οι υπεύθυνοι επεξεργασίας έχουν προβεί σε αυτές τις αναγκαίες ενέργειες.

A. Η Ευθύνη του Υπεύθυνου Επεξεργασίας

47. Τα μέρη που οργανώνουν και ελέγχουν το RTB είναι οι υπεύθυνοι επεξεργασίας. Αυτά περιλαμβάνουν την IAB Europe για το Πλαίσιο TCF και την Google για το Authorized Buyers.

Νομικές Αρχές

48. Υπάρχουν αρκετές αποδείξεις για να θεωρήσουμε πως το γεγονός ότι η δομή του εν λόγω μηχανισμού οργανώνεται, διαχειρίζεται και επικροτείται από τους καταγγελλόμενους, καθιστά αυτούς ως υπεύθυνους επεξεργασίας.³⁵ Ο υπεύθυνος επεξεργασίας ορίζεται στις διατάξεις του ΓΚΠΔ ως εξής³⁶ (προσθήκη έμφασης):

“το φυσικό ή νομικό πρόσωπο, η δημόσια αρχή, η υπηρεσία ή άλλος φορέας που, μόνα ή από κοινού με άλλα, καθορίζουν τους σκοπούς και τον τρόπο της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα” όταν οι σκοποί και ο τρόπος της επεξεργασίας αυτής καθορίζονται από το δίκαιο της Ένωσης ή το δίκαιο κράτους μέλους, ο υπεύθυνος επεξεργασίας ή τα ειδικά κριτήρια για τον διορισμό του μπορούν να προβλέπονται από το δίκαιο της Ένωσης ή το δίκαιο κράτους μέλους.”

49. Επίσης, το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΔΕΕ) έχει επανειλημμένως ορίσει με τη νομολογία του ότι ο όρος υπεύθυνος επεξεργασίας πρέπει να υπόκειται σε μία ευρεία ερμηνεία.³⁷ Πράγματι, σύμφωνα με της καθοδήγηση της Ομάδας Εργασίας του Άρθρου 29 έχει γίνει αποδεκτό ότι ο έλεγχος μπορεί να εντοπιστεί σε περίπλοκα περιβάλλοντα τα οποία κάνουν χρήσεις νέων τεχνολογιών και στα οποία οι σχετικοί εμπλεκόμενοι συχνά έχουν την τάση να θεωρούν τους εαυτούς τους ως παράγοντες διευκόλυνσης των εν λόγω πράξεων επεξεργασίας και όχι ως υπεύθυνους επεξεργασίας (*«complicated environments, often making use of new information technologies, where relevant actors are often inclined to see themselves as "facilitators" and not as responsible controllers»*).³⁸ Το ίδιο συμβαίνει και όταν αυτές οι οντότητες έχουν ενταχθεί σε ένα ευρύτερο περιβάλλον, όπως αυτό της πλατφόρμας.³⁹

³⁵ Πράγματι, η δομή μόνη της θα μπορούσε να θεωρηθεί ως ένα «σώμα» το οποίο καθορίζει τους σκοπούς και τους τρόπους της επεξεργασίας. Ωστόσο, δεν λαμβάνουμε υπόψη μας τη συγκεκριμένη προσέγγιση στο πλαίσιο του αιτήματός μας.

³⁶ Το ίδιο λεκτικό χρησιμοποιήθηκε και στο Άρθρο 2 της Οδηγίας 95/45/EC

³⁷ C-25/17 - Jehovan todistajat at [21].

³⁸ Opinion 1/2010 on the concepts of "controller" and "processor". Adopted on 16 February 2010 (available at https://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2010/wp169_en.pdf)

³⁹ Υπόθεση C-210/16 Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein κατά Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein GmbH ECLI:EU:C:2018:388 at [76-77].

50. Επίσης, το εάν οι καταγγελλόμενοι έχουν πρόσβαση ή όχι στα δεδομένα δεν είναι σχετικό. Όπως το ΔΕΕ έχει αποφανθεί η κοινή ευθύνη διαφορετικών φορέων για την ίδια πράξη επεξεργασίας, δεν απαιτεί ο κάθε ένας από αυτούς να έχει πρόσβαση στα προσωπικά δεδομένα που τυγχάνουν επεξεργασίας.⁴⁰
51. Κάθε σύσταση που προβλέπει ότι το RTB αποτελεί μονάχα ένα τεχνικό πρωτόκολλο που δεν απαιτεί ούτε κατευθύνει κάποιον οργανισμό να προχωρήσει στην επεξεργασία προσωπικών δεδομένων αποτελεί παρανόηση του συστήματος αυτού. Η δομή του RTB διευκολύνει την επεξεργασία και την αναμετάδοση προσωπικών δεδομένων, καθώς η δομή και τα σχετικά πρωτόκολλα διαθέτουν πεδία που είναι σχεδιασμένα με τέτοιο τρόπο προκειμένου ακριβώς να επεξεργάζονται προσωπικά δεδομένα και ειδικές κατηγορίες προσωπικών δεδομένων.
52. Επομένως, η έννοια των από κοινού υπευθύνων επεξεργασίας πρέπει να ερμηνευθεί ευρέως προκειμένου να αποδοθεί επαρκής προστασία στα υποκείμενα των δεδομένων.

Εφαρμογή των νομικών διατάξεων στα πραγματικά γεγονότα

53. Αυτοί που αποφασίζουν για τα μέσα (πρωτόκολλα RTB) και τους σκοπούς (εμπλοκή στο σύστημα RTB) της επεξεργασίας, θα πρέπει να είναι υπεύθυνοι για τη διαδικασία RTB ως από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας. Στην παρούσα υπόθεση, οι καταγγελλόμενοι δημιουργώντας και καθορίζοντας τις ιδιότητες της διεπαφής API και το σχετικό πλαίσιο συγκατάθεσης και κατευθυντηρίων γραμμών, πρέπει να θεωρηθούν ως υπεύθυνοι επεξεργασίας με βάση τις διατάξεις του ΓΚΠΔ. Συγκεκριμένα:

53.1. Οι δομές RTB της IAB και της Google (που αποτελούν τα πρωτόκολλα RTB και τις σχετικές πολιτικές) έχουν δημιουργηθεί χωρίς να ληφθούν υπόψη οι σημαντικές προκλήσεις που ανακύπτουν για την προστασία των προσωπικών δεδομένων. Οι δομές της IAB Europe και της Google μπορούν – και πρέπει – να διορθωθούν προκειμένου να είναι πλέον σύμφωνες με την προστασία των δικαιωμάτων των υποκειμένων των δεδομένων. Αυτές οι διορθώσεις εναπόκεινται στον έλεγχο της IAB και της Google.

53.2. Στην υπόθεση *Jehovan todistajat*,⁴¹ το ΔΕΕ (τμήμα μείζονος συνθέσεως) αποφάνθηκε ότι η κοινότητα των μαρτύρων του Ιεχωβά έχουν ευθύνη, ως από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας επειδή παρέχουν κατευθυντήριες γραμμές, δημιουργούν χάρτες και διατηρούν αρχεία για τα μέλη τους. Πράγματι, η Κοινότητα θεωρήθηκε ότι αποτελεί υπεύθυνο επεξεργασίας χωρίς να συναναστρέφεται τα υποκείμενα των δεδομένων. Το ΔΕΕ θεώρησε επαρκές το γεγονός ότι η Κοινότητα “δεν έχει απλώς γενική γνώση του ότι πραγματοποιείται αυτή η επεξεργασία δεδομένων για σκοπούς διάδοσης της πίστης της, αλλά οργανώνει και συντονίζει τη δραστηριότητα κηρύγματος στην οποία μετέχουν τα μέλη της, μεταξύ άλλων κατανέμοντας τους τομείς δραστηριοποίησης των μελών αυτών”.⁴²

⁴⁰ C-25/17 - *Jehovan todistajat* at [69]

⁴¹ C-25/17 - *Jehovan todistajat*

⁴² *Ibid*, [71]

53.3. Το ίδιο σκεπτικό πρέπει αναλογικά να χρησιμοποιηθεί και για τους καταγγελλόμενους, καθώς αυτές οι εμπορικές οντότητες παρέχουν κατευθυντήριες γραμμές, έναν ψηφιακό χάρτη υπό τη μορφή των τεχνικών χαρακτηριστικών της RTB διαδικασίας, ενώ επίσης διαθέτουν και μία σύνθεση μελών (μάλιστα η IAB διαθέτει και ένα πρόγραμμα συμμόρφωσης, το οποίο επιτρέπει στα μέλη της να λάβουν πιστοποιήσεις από την IAB). Μάλιστα, η Google και η IAB δεν έχουν απλώς μία γενική γνώση του ότι πραγματοποιείται αυτή η επεξεργασία δεδομένων για σκοπούς της RTB διαδικασίας, αλλά οργανώνουν και συντονίζουν τη διαδικασία αυτή στην οποία μετέχουν και τα μέλη τους. Επομένως, εντοπίζονται πολλές ομοιότητες με την υπόθεση Jehovan todistajat.⁴³

53.4. Η IAB Europe και η Google αναγνωρίζουν ότι δεν υπάρχει επί του παρόντος κανένας τεχνικός τρόπος για να περιορίσουν τη χρήση των προσωπικών δεδομένων όταν αυτά αναμεταδίδονται στους πωλητές για να υποβάλουν οι τελευταίοι τις προσφορές τους επί των δεδομένων αυτών κατά τη διαδικασία RTB. Επίσης, αναφέρεται ότι είναι αναγκαία η δημιουργία ενός τρόπου μέσω του οποίου θα ορίζονται με σαφήνεια οι περιορισμοί που ισχύουν αναφορικά με τη χρήση των δεδομένων αυτών στους αποδέκτες των δεδομένων, ενώ αυτή η διαδικασία θα πρέπει να υπόκειται και σε κάποιο μηχανισμό ελέγχου.⁴⁴ Το εν λόγω εγγενές ελάττωμα αποτελεί αποτέλεσμα του σχεδιασμού της διαδικασίας RTB και των πλαισίων της από τους καταγγελλόμενους.

53.5. Η IAB Europe και η Google παρέχουν πολιτικές (τις κατευθυντήριες γραμμές των TCF και του Authorized Buyers, αντίστοιχα) και πρωτόκολλα λειτουργίας (OpenRTB και Authorized Buyers, αντίστοιχα) τα οποία οι χρήστες των υπηρεσιών τους αποδέχονται και ακολουθούν. Αυτές οι πολιτικές και πρωτόκολλα διαθέτουν έμφυτες συστημικές ανεπάρκειες οι οποίες επηρεάζουν αρνητικά την προστασία των προσωπικών δεδομένων.

53.6. Στους εσωτερικούς κανονισμούς της IAB Inc. αναφέρεται ότι σκοπός της εταιρίας είναι η ανάπτυξη και η προώθηση υπηρεσιών διαδραστικής διαφήμισης και μάρκετινγκ, καθώς και πλήθος άλλων στόχων που υποστηρίζουν τον κύριο αυτό σκοπό.⁴⁵ Το καταστατικό της IAB Europe αναφέρει με τη σειρά του ότι ο σκοπός της είναι η προώθηση υπηρεσιών μάρκετινγκ και η πώληση διαδραστικών και άλλου τύπου διαφημίσεων καθώς και οι υπηρεσίες χορηγίας στο διαδίκτυο, συμπεριλαμβανομένης της παροχής υπηρεσιών υποστήριξης για την αυξανόμενη χρήση διαφημίσεων σε διαδραστικά μέσα επικοινωνίας.⁴⁶

53.7. Η λίστα των γενικών μελών της IAB (ο «εσωτερικός κύκλος» όπως ονομάζεται) περιλαμβάνει εταιρίες κλειδιά με πρωταγωνιστικό ρόλο στην βιομηχανία αυτή, όπως η Google, η Amazon, η Facebook, η Microsoft, η Oracle κ.α.⁴⁷

53.8. Επίσης, θα μπορούσαμε να μιλήσουμε για μία αναλογία του σχήματος αυτού με την έννοια της «ένωσης επιχειρήσεων», όπως περιγράφεται στο Ευρωπαϊκό Δίκαιο Ανταγωνισμού. Σύμφωνα με το άρθρο 101(1) της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης («ΣΛΕΕ»), αποφάσεις που λαμβάνονται από μία ένωση επιχειρήσεων μπορούν να είναι αντίθετες με τον ανταγωνισμό. Ενώ η ΣΛΕΕ δεν ορίζει την έννοια αυτή, οι Προτάσεις του Γενικού Εισαγγελέα Leger στην υπόθεση C-309/99 J.C.J. Wouters αναφέρουν στην παράγραφο 61 ότι «κατά κανόνα, η ένωση αποτελείται από επιχειρήσεις του ίδιου κλάδου και είναι επιφορτισμένη με την

⁴³ Ibid, [71]

⁴⁴ pubvendors.json v1.0: Transparency & Consent Framework", IAB Europe and IAB Tech Lab, Draft for Public Comment, Μάιος 2018 <https://github.com/InteractiveAdvertisingBureau/GDPR-Transparency-and-Consent-Framework/blob/414b8e23737209f37c018611af299003d167a270/pubvendors.json%20v1.0%20Draft%20for%20Public%20Comment.md>

⁴⁵ 3.1 of "Amended and restated bylaws of the Interactive Advertising Bureau, Inc.", 29 September 2014 (<https://www.iab.com/wp-content/uploads/2015/05/IABBylaws20140929A.pdf>).

⁴⁶ Section 3 of Constitution of IAB Europe

⁴⁷ Δείτε περισσότερα την ενότητα "About IAB", στην ιστοσελίδα της https://www.iab.com/wp-content/uploads/2018/05/IAB_Programmatic-In-Housing-Whitepaper_v7a.pdf

εκπροσώπηση και την υπεράσπιση των κοινών συμφερόντων τους έναντι των λοιπών επιχειρηματιών, των κυβερνητικών φορέων και του κοινού γενικότερα». ⁴⁸ Αυτή η περιγραφή ταιριάζει με τις δραστηριότητες της IAB και συνάδει με την αρχή που θέλει τις εταιρίες να μην αποφεύγουν τις ευθύνες τους όταν δρουν στο πλαίσιο ενώσεων, ενώ θα πρέπει να εφαρμοστεί και στο πλαίσιο της προστασίας προσωπικών δεδομένων.

53.9. Επιπλέον ή/και εναλλακτικά, θα μπορούσαμε να υποθέσουμε ότι η IAB ενεργεί όχι μόνο ως μία ανεξάρτητη οντότητα που θέτει τα πρότυπα σε αυτή τη βιομηχανία αλλά και ως έναν εκπρόσωπο που λειτουργεί για λογαριασμό των μελών της. Δεδομένης της διακριτής νομικής της προσωπικότητας, είναι μία οντότητα που θα μπορούσε να επιληφθεί των ευθυνών υπό την ιδιότητά της ως εκπρόσωπος των μελών της.

54. Λαμβάνονται υπόψη τα ζητήματα που αναπτύχθηκαν ανωτέρω, το συμπέρασμα που θα μπορούσε κανείς να καταλήξει εύλογα είναι ότι εκείνες οι οντότητες που ελέγχουν τη δομή του μηχανισμού RTB θα πρέπει να αποτελέσουν και τους υπεύθυνους επεξεργασίας των δεδομένων που τυγχάνουν επεξεργασίας στο πλαίσιο του μηχανισμού αυτού.

Απλά ένας κώδικας ανοιχτού λογισμικού;

55. Κάθε σύσταση που αναφέρει ότι οι καταγγελλόμενοι είναι παθητικοί παρατηρητές και δημιουργοί των πρωτοκόλλων και των πολιτικών που ελέγχουν το σύστημα RTB είναι παραπλανητική. Έχουν απόλυτο έλεγχο της δομής του συστήματος αυτού, και θα πρέπει επομένως να αναγνωριστούν και ως υπεύθυνοι δεδομένων με βάση τις διατάξεις του ΓΚΠΔ. ⁴⁹ Επίσης, οποιαδήποτε τοποθέτηση η οποία υποστηρίζει πως η αναγνώριση των καταγγελλόμενων ως υπεύθυνοι επεξεργασίας θα λειτουργήσει αποθαρρυντικά για την ανάπτυξη προτύπων συμμόρφωσης ανοιχτού λογισμικού, τα οποία αποσκοπούν να υποστηρίξουν τους εμπλεκόμενους φορείς και να προστατέψουν τους καταναλωτές ⁵⁰ αποτελούν παρερμηνεία της πραγματικής κατάστασης που επικρατεί.

Πιο συγκεκριμένα:

55.1. Τα πρωτόκολλα RTB και τα σχετικά πλαίσια λειτουργίας και κατευθυντήριες γραμμές δεν παρέχουν απλά και μόνο ένα πρότυπο ανοιχτού λογισμικού. Αντιθέτως, όσοι επιθυμούν να συμμετέχουν στην βιομηχανία RTB είναι υποχρεωμένοι να χρησιμοποιήσουν τα μέσα που υποδεικνύουν οι καταγγελλόμενοι προκειμένου να τους δοθεί η δυνατότητα να συμμετέχουν στη διαδικασία RTB. Επομένως, δεν υπάρχει καμία δυνατότητα να παρεκκλίσει κανείς από αυτά τα συστήματα εάν θέλει να συμμετέχει στη διαδικασία RTB. Άρα οι καταγγελλόμενοι είναι αυτοί που καθορίζουν τους τρόπους και τα μέσα της διαδικασίας RTB και θα πρέπει να αναγνωρισθούν ως από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας αυτών των συστημάτων.

⁴⁸ Διαθέσιμη εδώ <http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=46497&pageIndex=0&doclang=EL&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=14911406>

Επίσης, δείτε την προσέγγιση που υιοθετήθηκε αναφορικά με την Mastercard στο πλαίσιο της Απόφασης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και τη συνακόλουθη νομικές δράσεις αναφορικά με τα *Interchange Fees* (δείτε περισσότερα, 2007 Commission Decision in Cases COMP/34.579 MasterCard, COMP/36.518 Eurocommerce and COMP/38.580 Commercial Cards). Συγκεκριμένα, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και τα ευρωπαϊκά δικαστήρια απέρριψαν τον ισχυρισμό ότι η ένωση τραπεζών, εκπροσωπούμενη από την MasterCard, μπορούσε να απαλλαγθεί των ευθυνών της για τους κανόνες που ρύθμισε για την ένωση αναθέτοντας την δημιουργία τους στη MasterCard. Η εν λόγω ανάθεση δεν τους επιτρέπει τη μη ανάληψη ευθυνών επί του ζητήματος αυτού. Η MasterCard και τα μέλη -τράπεζες μπορούν να θεωρηθούν συνυπεύθυνοι για τις επιπτώσεις που είχαν οι πράξεις στους στον ανταγωνισμό.

⁴⁹ Για παράδειγμα, δείτε την απόφαση *Fashion-ID* (C-40/17), και την απόφαση *Wirtschaftsakademie* (C-210/16), στις οποίες το ΔΕΕ αποδέχεται ότι οντότητες μπορούν να αποτελούν υπεύθυνους επεξεργασίας, χωρίς να έχουν άμεση συναναστροφή με τις πράξεις επεξεργασίας των δεδομένων.

⁵⁰ <https://iabeurope.eu/all-news/iab-europe-comments-on-belgian-dpa-report/>

55.2. Το πρωτόκολλο RTB έχει μία ευρεία και σημαντική επιρροή στα δικαιώματα των υποκειμένων των δεδομένων. Οι μόνοι εμπλεκόμενοι φορείς που διαθέτουν τη δυνατότητα να αλλάξουν το σύστημα αυτό είναι η IAB και η Google. Σύμφωνα με την πάγια νομολογία του ΔΕΕ, μία ευρεία ερμηνεία της έννοιας των από κοινού υπευθύνων επεξεργασίας απαιτείται προκειμένου να εξασφαλιστεί η αποτελεσματική και ολική προστασία των υποκειμένων των δεδομένων.⁵¹ Χωρίς αυτή την προσέγγιση τα δικαιώματα των υποκειμένων των δεδομένων δεν θα μπορούν να προστατευθούν ικανοποιητικά στο πλαίσιο της διαδικασίας RTB.

55.3. Σε αντίθεση με τα περισσότερα πρωτόκολλα ανοιχτού κώδικα, το RTB έχει ως αποτέλεσμα την ευρεία και συστηματική παραβίαση των διατάξεων του GDPR. Κανένα άλλο πρωτόκολλο ανοιχτού κώδικα δεν επηρεάζει σε τέτοιο μεγάλο βαθμό την προστασία των δικαιωμάτων του ανθρώπου και οδηγεί σε παραβιάσεις τους. Αυτοί που ευθύνονται για τις συγκεκριμένες παραβιάσεις θα πρέπει να είναι υπεύθυνοι και για τις παραβιάσεις του νομικού πλαισίου προστασίας προσωπικών δεδομένων.

56. Επομένως, οι καταγγελλόμενοι είναι υπεύθυνοι για την αντιμετώπιση της ευρείας παραβίασης των δικαιωμάτων του ανθρώπου, οι οποίες προκαλούνται εξαιτίας των πρωτοκόλλων τους.

Συμπεράσματα

57. Αιτούμαστε από την Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα να προχωρήσει στις απαραίτητες ενέργειες αναφορικά με το πλαίσιο διοίκησης και τις δομές που διέπουν το σύστημα RTB. Χωρίς αυτές τις ενέργειες οι οντότητες που χρησιμοποιούν και βασίζονται στο σύστημα RTB θα συνεχίσουν ακάθεκτοι να δρουν παραβιάζοντας τις αρχές που διέπουν το ευρωπαϊκό δίκαιο προστασίας δεδομένων, και επηρεάζοντας αρνητικά την προστασία μεγάλου πλήθους υποκειμένων δεδομένων στην Ελλάδα και την ΕΕ. Αυτές οι εταιρίες αντιμετωπίζουν ένα δυσάρεστο δίλλημα, ήτοι να συμμετέχουν σε ένα σύστημα RTB που παραβιάζει τους κανόνες προστασίας δεδομένων ή να μην συμμετέχουν καθόλου στην ευρωπαϊκή βιομηχανία RTB. Η ΑΠΔΠΧ μπορεί να βοηθήσει στην επίλυση αυτού του σημαντικού προβλήματος μέσω της επιτήρησης των μειονεκτημάτων του και τη λήψη συγκεκριμένων μέτρων επιβολής που θα αποσκοπούν στην διασφάλιση των δικαιωμάτων των υποκειμένων των δεδομένων.

58. Στις περιπτώσεις κατά τις οποίες μία οντότητα αποτελεί ενδεχομένως τον υπεύθυνο επεξεργασίας (φερόμενος ως υπεύθυνος επεξεργασίας), η ΑΠΔΠΧ έχει επαρκείς δυνάμεις για να λάβει τις αναγκαίες δράσεις κατά αυτού. Θεωρούμε ότι υπό το πρίσμα της απόφασης του ΔΕΕ στην υπόθεση Tietosuoja ja valtuutettu,⁵² οι καταγγελλόμενοι αποτελούν από κοινού υπεύθυνους επεξεργασίας.

A. Δικαιοδοσία

⁵¹ Δείτε για παράδειγμα τις αποφάσεις επί των υποθέσεων *Google Spain, Weltimmo, Schrems, Wirtschaftsakademie and Jehovan todistajat* κ.α.

⁵² Όπως και στην υπόθεση που αφορούσε την Κοινότητα των μαρτύρων του Ιεχωβά, έτσι και εδώ η IBA θα μπορούσε να θεωρηθεί ως εκείνη που θέτει τα πρότυπα και κατ' επέκταση επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο τα δεδομένα επεξεργάζονται.

59. Η ΑΠΔΠΧ έχει δικαιοδοσία για να επιληφθεί επί των ζητημάτων που αναφέρουμε στο παρόν αίτημα και περιγράφονται αναλυτικά και στη Μελέτη Ryan.

I. Επεξεργασία Προσωπικών Δεδομένων

60. Το άρθρο 4 του ΓΚΠΔ ορίζει ως προσωπικά δεδομένα «κάθε πληροφορία που αφορά ταυτοποιημένο ή ταυτοποιήσιμο φυσικό πρόσωπο». Αυτός ο ορισμός καλύπτει τα επιγραμμικά αναγνωριστικά στοιχεία ταυτότητας των υποκειμένων, τα οποία επιτρέπουν ένα φυσικό πρόσωπο να ταυτοποιηθεί έμμεσα ή άμεσα. Μάλιστα, το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχει επιβεβαιώσει ότι ακόμα και οι δυναμικές διευθύνσεις IP μπορούν να αποτελούν προσωπικά δεδομένα.⁵³ Επιπλέον, φυσικά δεδομένα που έχουν αποτελέσει αντικείμενο ψευδονυμοποίησης, εξακολουθούν να αποτελούν προσωπικά δεδομένα.

61. Επομένως, τόσο ο διαμοιρασμός όσο και η αναμετάδοση των προσωπικών δεδομένων στο πλαίσιο της διαδικασίας RTB αποτελούν πράξεις επεξεργασίας προσωπικών δεδομένων, όπως για παράδειγμα διευθύνσεις IP ή τοποθεσίες των χρηστών.

i. Καταγγέλλοντες

62. ██████████, το υποκείμενο των δεδομένων, ο οποίος διαμένει μόνιμα στην Ελλάδα στη διεύθυνση ██████████ και Homo Digitalis Αστική Μη Κερδοσκοπική Εταιρία με έδρα στην οδό Παράλου 12 και Αχινιάδων 17-19 στην Αθήνα, μετά από ανάθεση του υποκειμένου των δεδομένων.

ii. Καταγγελλόμενοι

63. Σύμφωνα με το άρθρο 3 του GDPR, ο κανονισμός εφαρμόζεται στην επεξεργασία προσωπικών δεδομένων υποκειμένων που βρίσκονται στην Ένωση από υπεύθυνο επεξεργασίας μη εγκατεστημένο στην Ένωση, εάν οι δραστηριότητες επεξεργασίας σχετίζονται με την προσφορά αγαθών ή υπηρεσιών στα εν λόγω υποκείμενα των δεδομένων στην Ένωση ή την παρακολούθηση της συμπεριφοράς των υποκειμένων, στον βαθμό που η συμπεριφορά αυτή λαμβάνει χώρα εντός της Ένωσης.

64. Επομένως, οι δραστηριότητες επεξεργασίας των καταγγελλομένων, IAB Europe και Google Ireland, που δραστηριοποιούνται στη βιομηχανία της συμπεριφορικής διαφήμισης εντάσσονται στο εδαφικό πεδίο εφαρμογής του GDPR και εμπίπτουν στην δικαιοδοσία της Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα.

⁵³ Υπόθεση C-582/14 Breyer κατά Bundesrepublik Deutschland

65. Παρακαλούμε όπως λάβετε υπόψη σας ότι οι επικεφαλής εποπτικές αρχές έχουν ήδη ξεκινήσει σχετικές έρευνες για αντίστοιχες καταγγελίες. Συγκεκριμένα:
- 65.1. Η Εποπτική Αρχή της Ιρλανδίας εξετάζει τις σχετικές δραστηριότητες της Google, και
- 65.2. η Εποπτική Αρχή του Βελγίου έχει ήδη συγκεντρώσει κάποια αρχικά ευρήματα αναφορικά με τις δράσεις της IAB Europe.
66. Δεδομένης της ευρείας γεωγραφικής έκτασης των προκλήσεων που ανακύπτουν και των δραστηριοτήτων των καταγγελλομένων, είναι σημαντικό οι εποπτικές αρχές που ερευνούν τις σχετικές καταγγελίες να κρίνουν επί των ζητημάτων αυτών ομόφωνα, καθώς το σύστημα RTB επηρεάζει όλους τους χρήστες του διαδικτύου. Καλούμε την ΑΠΔΠΧ να:
- (1) Παραπέμψει το παρόν αίτημα/καταγγελία στις επικεφαλής εποπτικές αρχές, ήτοι την Ιρλανδική Εποπτική Αρχή και την Βελγική Εποπτική Αρχή για την Google και την IAB Europe, αντίστοιχα.
- (2) Ενώσει τις δυνάμεις της μαζί με άλλες εποπτικές αρχές προκειμένου να ξεκινήσει μία κοινή έρευνα σύμφωνα με το άρθρο 62 του ΓΚΠΔ.
- B. Επόμενα Βήματα**
67. Θα να υπογραμμίσουμε ότι ένα μείζον ζήτημα αναφορικά με τις πράξεις επεξεργασίας που περιγράφονται ανωτέρω είναι ότι αφορούν πλήθος υποκειμένων δεδομένων, καθώς και ότι ενδέχεται το οποιοδήποτε υποκείμενο οποιαδήποτε στιγμή να επηρεαστεί από τις δραστηριότητες της βιομηχανίας επιγραμμικής συμπεριφορικής διαφήμισης σε κάθε μεριά της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Καλούμε επομένως την ΑΠΔΠΧ να παραπέμψει το παρόν αίτημα/καταγγελία στις επικεφαλής εποπτικές αρχές σε Ιρλανδία και Βέλγιο, που ήδη διεξάγουν σχετικές έρευνες, καθώς επίσης και να ενώσει τις δυνάμεις τις με τις εποπτικές αρχές των υπολοίπων κρατών μελών της ΕΕ προκειμένου να εκκινήσει μια κοινή έρευνα με βάση τις διατάξεις του άρθρου 62 του ΓΚΠΔ.
68. Επιφυλασσόμαστε να συμπληρώσουμε το αίτημά μας με περισσότερα στοιχεία και επιχειρήματα, εάν κριθεί σκόπιμο και αναγκαίο. Εντωμεταξύ, παραμένουμε στη διάθεση της ΑΠΔΠΧ αναφορικά με οποιαδήποτε διευκρίνηση για το αίτημά μας.
69. Θα εκτιμούσαμε να μας κρατήσετε ενημέρους αναφορικά με τα βήματα στα οποία προχωρήσατε σε απάντηση του αιτήματος / καταγγελίας μας σύμφωνα με τα όσα ορίζονται στο άρθρο 77(2) του ΓΚΠΔ.

8. Έγγραφα/στοιχεία που τεκμηριώνουν την καταγγελία (Απαριθμείστε τα συνημμένα έγγραφα)

1	Παράρτημα 1: Μελέτη του Δρ. Johnny Ryan για την βιομηχανία συμπεριφορικής διαφήμισης (“ Μελέτη Ryan ”).
2	Παράρτημα 2: Η Μελέτη για την βιομηχανία της διαφήμισης «Update report into adtech and real-time-bidding της Αρχής Προστασίας Δεδομένων της Μ. Βρετανίας - Information Commissioner’s Office (Ιουνίου 2019).
3	Παράρτημα 3: Συμπληρωματικά αποδεικτικά στοιχεία από τον Δρ. Johnny Ryan σχετικά με τη διαρροή προσωπικών δεδομένων στο πλαίσιο RTB σε μεσίτες δεδομένων και σε κλίμακα παραβάσεων στο πλαίσιο προσφορών σε πραγματικό χρόνο - “real time bidding” (RTB).
4	Παράρτημα 4: Εξουσιοδότηση [REDACTED] προς Homo Digitalis
5	Παράρτημα 5: Καταστατικό Homo Digitalis
6	

9. Ενημέρωση

- Για την εξέταση της καταγγελίας, το κείμενο αυτής γνωστοποιείται στον καταγγελλόμενο ώστε να εκθέσει τις απόψεις του.
- Η πρόσβαση τρίτων στα έγγραφα της υπόθεσης διέπεται από την ελληνική νομοθεσία για την πρόσβαση στα δημόσια έγγραφα.
- Εφόσον απαιτείται για την εκτέλεση των αρμοδιοτήτων της, ιδίως σε περίπτωση διασυνοριακής επεξεργασίας, η ΑΠΔΠΧ διαβιβάζει τον φάκελο της καταγγελίας σε αρμόδιες εποπτικές αρχές και υπηρεσίες εντός ΕΕ. Σε αυτή την περίπτωση, η πρόσβαση τρίτων στο φάκελο της καταγγελίας διέπεται από τη νομοθεσία για την πρόσβαση σε δημόσια έγγραφα του κράτους μέλους.
- Τα στοιχεία που περιέχονται στον φάκελο της καταγγελίας σας τηρούνται στα αρχεία της ΑΠΔΠΧ για χρονικό διάστημα 20 ετών από τη διεκπεραίωση της υπόθεσης, εξαιρουμένων των σχετικών διοικητικών πράξεων της ΑΠΔΠΧ.
- Για την άσκηση των προβλεπόμενων από τα άρθρα 15, 16 και 18 του ΓΚΠΔ δικαιωμάτων των υποκειμένων των δεδομένων (πρόσβασης, διόρθωσης και περιορισμού), σχετικά με τα δεδομένα που επεξεργάζεται η ΑΠΔΠΧ για την εξέταση της καταγγελίας σας και όσα έχουν συλλεχθεί από την ΑΠΔΠΧ στο πλαίσιο εξέτασής της, μπορείτε να απευθύνεστε στο contact@dpa.gr
- Για κάθε ζήτημα σχετικό με την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από την ΑΠΔΠΧ ως υπεύθυνο επεξεργασίας και υποβοήθηση σχετικά με την άσκηση των ανωτέρω δικαιωμάτων σας μπορείτε να επικοινωνείτε με τον Υπεύθυνο Προστασίας Δεδομένων της ΑΠΔΠΧ στο dpo@dpa.gr.

10. Δήλωση

Τα στοιχεία που αναφέρω στην καταγγελία είναι αληθή.

Ημερομηνία	Υπογραφή
------------	----------

10.12.2020

Το Δ.Σ. της Homo Digitalis

Homo Digitalis
Αστική Μη Κερδοσκοπική Εταιρεία
Παράλου 12 Αθήνα τ.κ. 11854
Α.Φ.Μ. 997028505- ΔΟΥ: ΣΤ' Αθηνών
info@homodigitalis.gr

Παρακαλούμε συμπληρώστε όλα τα παραπάνω πεδία, αφού συμβουλευθείτε τις οδηγίες συμπλήρωσης του εντύπου.

Μπορείτε να υποβάλετε το έντυπο καταγγελίας με τους εξής τρόπους:

- Ηλεκτρονικά με αποστολή στο email: complaints@dpa.gr
- Μέσω της δικτυακής πύλης της Αρχής, www.dpa.gr
 - Στην περίπτωση αυτή, πρέπει να εγγραφείτε ως «Πολίτης» και να επιλέξετε την επιλογή «Υποβολή καταγγελίας».
 - Αφήστε όλα τα πεδία κενά, και απλά επισυνάψτε το έντυπο καταγγελίας.
- Με ταχυδρομική αποστολή στα γραφεία της Αρχής:
Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα,
Λ. Κηφισίας 1-3, 115 23 Αθήνα
- Με αυτοπρόσωπη υποβολή στα γραφεία της Αρχής (1^{ος} όροφος)
 - Ώρες κοινού στο γραφείο πρωτοκόλλου: 09:00 – 13:00
- Με φαξ στο +30 210 6475628



ΟΔΗΓΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΤΟΥ ΕΝΤΥΠΟΥ ΚΑΤΑΓΓΕΛΙΑΣ

Έντυπο Καταγγελίας Γενικής Χρήσης

Ποιες περιπτώσεις καλύπτει το εν λόγω έντυπο;

Το συγκεκριμένο έντυπο καταγγελίας συμπληρώνεται και υποβάλλεται στην ΑΠΔΠΧ στις περιπτώσεις που έχετε διαπιστώσει παραβίαση της νομοθεσίας για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για μια επεξεργασία που σας αφορά.

Η Αρχή διαθέτει επίσης ειδικά έντυπα καταγγελίας για τις εξής περιπτώσεις:

- Καταγγελίας παραβίασης των προβλεπόμενων στα άρθρα 15 έως 22 του ΓΚΠΔ δικαιωμάτων του υποκειμένου των δεδομένων (άρθρα 12-22 του ΓΚΠΔ)
- Καταγγελίας που αφορά αποστολή ανεπιθύμητων μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (άρ. 11 ν. 3471/2006) και ιδίως email ή sms "spam".
- Καταγγελίας που αφορά τηλεφωνικές κλήσεις για προώθηση προϊόντων ή υπηρεσιών και γενικά προωθητικούς σκοπούς (άρ. 11 παρ. 1 και 2 ν. 3471/2006).

Ποιος μπορεί να υποβάλει καταγγελία;

Καταγγελία υποβάλλεται:

- α) από το υποκείμενο των δεδομένων, ή
- β) από μη κερδοσκοπικούς φορείς ή οργανώσεις ή σωματεία ή ενώσεις προσώπων χωρίς νομική προσωπικότητα που έχουν συσταθεί και λειτουργούν νομίμως και στους καταστατικούς σκοπούς τους περιλαμβάνεται η προστασία των δικαιωμάτων και ελευθεριών των υποκειμένων των δεδομένων σε σχέση με την προστασία των προσωπικών δεδομένων, κατόπιν ανάθεσης από το υποκείμενο των δεδομένων, ή
- γ) από συνδρομητή ή χρήστη υπηρεσίας ηλεκτρονικής επικοινωνίας, εφόσον η καταγγελία αφορά τις διατάξεις του ν. 3471/2006.

Πότε μπορώ να υποβάλω καταγγελία στην Αρχή;

Πριν υποβάλετε την καταγγελία μπορείτε να απευθυνθείτε στον υπεύθυνο επεξεργασίας (συνήθως τον καταγγελλόμενο) για την επίλυση του θέματός σας. Στις περιπτώσεις που ο υπεύθυνος επεξεργασίας έχει ορίσει Υπεύθυνο Προστασίας Δεδομένων (DPO) μπορείτε να απευθυνθείτε σε αυτόν για κάθε ζήτημα σχετικό με την επεξεργασία των δικών σας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την άσκηση των δικαιωμάτων σας. Τα στοιχεία των DPO είναι δημοσιευμένα, συνήθως, στην ιστοσελίδα του υπευθύνου επεξεργασίας.

Αν το ζήτημα δεν επιλυθεί, μπορείτε να προβείτε σε καταγγελία στην Αρχή.

Σε περίπτωση που δεν τηρηθεί η προαναφερόμενη διαδικασία, η Αρχή ενδέχεται να μην εξετάσει την καταγγελία.

Η Αρχή εξετάζει κάθε καταγγελία;

Καταγγελίες που είναι αόριστες, αβάσιμες, ή υποβάλλονται καταχρηστικά, ιδίως λόγω του επαναλαμβανόμενου χαρακτήρα τους, ή ανωνύμως ή δεν περιέχουν τα απαιτούμενα στοιχεία μπορούν να τίθενται από την Αρχή στο αρχείο.

Πριν υποβάλετε την καταγγελία σας βεβαιωθείτε ότι έχετε συμπληρώσει τουλάχιστον τα απαιτούμενα πεδία.

Πότε να αναμένω απάντηση από την Αρχή;

Στο άρθρο 77 παρ. 2 του ΓΚΠΔ προβλέπεται ότι η Αρχή ενημερώνει τον καταγγέλλοντα για την πρόοδο και για την έκβαση της καταγγελίας.

Σε περίπτωση που η Αρχή δεν εξετάσει την καταγγελία ή δεν ενημερώσει το υποκείμενο των δεδομένων εντός τριών μηνών από την υποβολή της για την πρόδοό της ή την έκβασή της, μπορείτε με βάση το άρθρο 78 του ΓΚΠΔ να ασκήσετε δικαστική προσφυγή. **Επισημαίνεται ότι το διάστημα του τριμήνου αφορά ουσιαστικά μόνο την υποχρέωση της Αρχής να σας ενημερώσει για την πρόοδο της καταγγελίας σας**, ιδίως εάν απαιτείται περαιτέρω έρευνα ή συντονισμός με άλλη εποπτική αρχή, και δεν σημαίνει ότι αυτή θα διεκπεραιωθεί εντός του χρόνου αυτού.

Σε ποιο βαθμό εξετάζει η Αρχή τις καταγγελίες;

Σύμφωνα με το άρ. 57 παρ. 1 στ' του ΓΚΠΔ η Αρχή ερευνά, στο μέτρο που ενδείκνυται, το αντικείμενο κάθε καταγγελίας. Επομένως, ο βαθμός εξέτασης κάθε καταγγελίας εναπόκειται στην κρίση της.

Μπορώ να ζητήσω από την Αρχή να μου επιδικάσει αποζημίωση σε περίπτωση παραβίασης;

Όχι.
Η Αρχή έχει αρμοδιότητα να επιβάλει διορθωτικά μέτρα (συμπεριλαμβανομένων των προστίμων) σε υπευθύνους επεξεργασίας ή εκτελούντες την επεξεργασία, αλλά όχι να επιδικάσει αποζημιώσεις στα θιγόμενα υποκείμενα των δεδομένων. Σε περίπτωση που επιθυμείτε αποζημίωση θα πρέπει να ασκήσετε τα δικαιώματά σας δικαστικά.

Αναλυτικότερες οδηγίες για τα πεδία του εντύπου

2. Αρμοδιότητα Αρχής

Δικαίωμα καταγγελίας στην ΑΠΔΠΧ έχουν τα υποκείμενα των δεδομένων, ιδίως εφόσον η Ελλάδα είναι η συνήθης διαμονή τους ή ο τόπος εργασίας τους ή ο τόπος της εικαζόμενης παράβασης, Συμπληρώνετε τα ανάλογα πεδία προκειμένου να διαπιστωθεί η αρμοδιότητα της ΑΠΔΠΧ να επιληφθεί της καταγγελίας και/ή εάν απαιτείται η ενημέρωση και/ή η περαιτέρω διαβίβαση της καταγγελίας σε άλλες εμπλεκόμενες εποπτικές αρχές κρατών μελών της ΕΕ.

3. Κωδικός υπόθεσης

Όταν υποβάλλετε μια καταγγελία στην Αρχή, δημιουργείται ένας μοναδικός κωδικός για την υπόθεση σας, τον οποίο μπορείτε να χρησιμοποιείτε σε κάθε σχετική επικοινωνία σας με την Αρχή.

Στο πεδίο αυτό συμπληρώνετε τον κωδικό που λάβατε για καταγγελία που υποβάλατε στο παρελθόν, εφόσον είναι διαθέσιμος, στην περίπτωση που υποβάλλετε συμπληρωματικά στοιχεία για την παραπάνω καταγγελία.

4. Στοιχεία εκπροσώπου του καταγγέλλοντος

Συμπληρώνεται μόνο όπου εφαρμόζεται, π.χ. όταν θιγόμενος είναι ανήλικο τέκνο σύμφωνα με τις διατάξεις του Αστικού Κώδικα, όταν η εκπροσώπηση ενώπιον της Αρχής έχει ανατεθεί σε πληρεξούσιο Δικηγόρο ή άλλο τρίτο πρόσωπο ή όταν η καταγγελία υποβάλλεται από μη κερδοσκοπικούς φορείς ή οργανώσεις ή σωματεία ή ενώσεις προσώπων χωρίς νομική προσωπικότητα που έχουν συσταθεί και λειτουργούν νομίμως, και στους καταστατικούς σκοπούς τους περιλαμβάνεται η προστασία των δικαιωμάτων και ελευθεριών των υποκειμένων των δεδομένων σε σχέση με την προστασία των προσωπικών δεδομένων, για λογαριασμό του υποκειμένου των δεδομένων.

Αναφέρατε τα ακριβή στοιχεία του εκπροσώπου με κεφαλαία γράμματα.

Σε περίπτωση εκπροσώπησης από τρίτο πρόσωπο υποβάλλεται απαραίτητως και το έγγραφο εξουσιοδότησης με βεβαίωση του γνησίου της υπογραφής του εξουσιοδοτούντος.

5. Κατά ποιου στρέφεται η καταγγελία

Αναφέρατε τα ακριβή στοιχεία του φυσικού ή νομικού προσώπου κατά του οποίου στρέφεται η καταγγελία (συνήθως πρόκειται για κάποια Υπηρεσία ή Νομικό Πρόσωπο Ιδιωτικού ή Δημοσίου Δικαίου). Συμπληρώστε τα σχετικά πεδία με κεφαλαία γράμματα.

Αναφέρατε επίσης στοιχεία εμπλεκόμενων προσώπων, αν γνωρίζετε, π.χ. όνομα υπαλλήλου, κ.λπ.

6. Ποια η σχέση σας με τον καταγγελλόμενο

Αναφέρατε τη σχέση που σας συνδέει με τον καταγγελλόμενο, π.χ. εργαζόμενος, πελάτης, κ.λπ.

7. Αντικείμενο καταγγελίας

Στο πεδίο αυτό περιγράψτε με όσο το δυνατόν μεγαλύτερη ακρίβεια το αντικείμενο της καταγγελίας, προσκομίζοντας τα σχετικά στοιχεία και αιτιολογώντας τους λόγους για τους οποίους η τυχόν απάντηση του υπευθύνου επεξεργασίας δεν είναι ικανοποιητική.

8. Έγγραφα/στοιχεία που τεκμηριώνουν την καταγγελία

Για την εξέταση της καταγγελίας είναι απαραίτητη η υποβολή εγγράφων/στοιχείων που την τεκμηριώνουν. Τα έγγραφα θα πρέπει να υποβληθούν σε αντίγραφα, όχι πρωτότυπα. Η Αρχή δεν επιστρέφει τα έγγραφα.

Υποβάλετε μόνο έγγραφα που συνδέονται άμεσα με την καταγγελία σας. Εάν είναι απαραίτητη η αποστολή μεγάλου αριθμού εγγράφων ή σελίδων ενός εγγράφου σημειώστε τα σημεία που συνδέονται άμεσα με την καταγγελία σας.

Εάν υποβάλετε μεγάλο αριθμό συνημμένων εγγράφων, που δεν αφορούν άμεσα την καταγγελία, η Αρχή δύναται να τα επιστρέψει και να σας ζητήσει να στείλετε μόνο τα σχετικά στοιχεία. Στις περιπτώσεις πολυσέλιδων εγγράφων παρακαλούμε να προτιμάται η ηλεκτρονική υποβολή.