

## Jak przygotować się do zmiany w przepisach o ochronie danych osobowych

(Prawo)

Adam Myziak (18 grudnia 2013)

### Podsumowanie

Najpóźniej w połowie 2016 roku zaczną obowiązywać unijne rozporządzenie, które wyznacza nowe obowiązki administratorów danych osobowych. Przewiduje ono też wysokie kary za nieprzestrzeganie tych obowiązków. Oto **5 zasad, których należy się trzymać, by móc spokojnie oczekiwać wejścia nowych przepisów.**



Rozwój technologii przyczynił się do przetwarzania danych osobowych na skalę dotąd nieznaną. Robiąc zakupy przez Internet, dokonując przelewów za pośrednictwem e-banku czy korzystając z portali społecznościowych, tworzymy swoje cyfrowe ja, na które składają się informacje zostawiane przez nas w Sieci oraz u wielu firm.

Zarówno dla przedsiębiorstw, jak i instytucji stanowią one cenny kapitał, który przekłada się na biznes, ale również realne obowiązki, których podmioty te muszą przestrzegać, by wspomnianego kapitału nie zaprzepaścić.

Ostateczny kształt rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem i swobodnym przepływem danych osobowych powinien być znany w ciągu najbliższych tygodni. Wtedy też wiadomo będzie, czy uwzględnione zostały propozycje poprawek złożone przez poszczególne komisje Parlamentu Europejskiego.

Łagodzą one niektóre z zapisów rozporządzenia z wersji zaproponowanej przez Komisję Europejską, dotyczące chociażby prawa do bycia zapomnianym czy zasad odnoszących się do profilowania.

Rozporządzenie wprowadza odmienny od dotychczasowego, określonego przepisami ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2002 r. Nr 101, poz. 926 z późn. zm.), sposób podejścia do przetwarzania danych osobowych. Jest to związane z wprowadzeniem nowych oraz modyfikacją już istniejących obowiązków dla wszystkich podmiotów przetwarzających dane osobowe, w tym oczywiście dla przedsiębiorców przetwarzających dane w związku z prowadzoną działalnością gospodarczą.

**Zmiany**, w stosunku do obecnie obowiązujących przepisów o ochronie danych osobowych, **dotyczą w szczególności podstaw prawnych przetwarzania danych oraz obowiązków informacyjnych wobec osób, których dane są przetwarzane.**

### Po pierwsze: zdobądź zgodę

Pierwsza istotna zmiana związana jest ze zgodą na przetwarzanie danych osobowych, a więc tej przesłanki dopuszczalności przetwarzania danych, która jest najważniejsza dla prowadzenia np. działalności marketingowej.

W oświadczeniu zawierającym taką zgodę **trzeba będzie podawać wszystkie cele, w jakich mają być przetwarzane dane osobowe, a nie tylko ten cel, który z punktu widzenia działalności prowadzonej przez administratora danych jest najważniejszy** (a zatem nie tylko cel marketingowy, ale także np. cel statystyczny czy archiwalny).

Z rozporządzenia jasno wynika, że **przedsiębiorca powinien** w praktyce

**dysponować pisemną zgodą** osoby, od której zbiera dane osobowe, na ich przetwarzanie w określonym celu (lub celach). W razie sporu między dwiema stronami to na nim spoczywać będzie bowiem obowiązek wykazania, że osoba, której dane dotyczą, wyraziła zgodę na ich przetwarzanie.

## Po drugie: w pełni informuj

Rozporządzenie wprowadzi zmianę zakresu informacji przekazywanych osobie, której dane dotyczą, w momencie pozyskiwania od niej tych danych. Oprócz udzielenia informacji wymaganych w dotychczasowych przepisach **przedsiębiorca będzie zobowiązany dodatkowo poinformować tę osobę m.in. o okresie, przez który dane będą przechowywane**. Oznacza to, że w treści klauzuli informacyjnej przedsiębiorca będzie musiał wpisywać **przewidywany okres przechowywania danych**.

Jeszcze więcej uwagi opracowywaniu treści klauzuli informacyjnej będzie musiał poświęcić podmiot prowadzący działalność w zakresie **marketingu bezpośredniego**. Wedle rozporządzenia będzie musiała zostać w niej umieszczona **informacja o prawie osoby, której dane dotyczą, do wniesienia nieodpłatnego sprzeciwu wobec przetwarzania jej danych osobowych w celach marketingowych**. Informację tę trzeba będzie zaprezentować nie tylko w sposób zrozumiały dla takiej osoby, ale również w sposób, który pozwoli na łatwe odróżnienie tego zapisu od innych informacji.

Realizacja obowiązku informacyjnego nie skończy się na przekazaniu wymaganych informacji w momencie pozyskiwania danych. **Administrator będzie bowiem zobowiązany do udzielenia informacji odnoszących się do przetwarzania danych personalnych konkretnej osoby w każdym momencie na jej wniosek**.

Z powyższego wynika, że nie będzie żadnego ograniczenia czasowego co do możliwości złożenia przez tę osobę kolejnego wniosku w tym zakresie, jak to ma miejsce obecnie. Co najwyżej, w wypadku powtarzających się wniosków o udzielenie tych informacji, przedsiębiorca będzie mógł pobrać opłatę za przekazanie wnioskowanych informacji albo uchylić się od podjęcia żądanego działania.

Będzie musiał jednak udowodnić, że wniosek był kolejnym takim samym wnioskiem złożonym w krótkim odstępie czasu (a więc że wniosek ten miał charakter wyraźnie przesadny, jak określa to rozporządzenie), co uzasadniało pobranie opłaty lub uchylenie się od podjęcia działania wskazanego we wniosku.

## Po trzecie: respektuj prawo do bycia zapomnianym

Nowym uprawnieniem przyznanym w rozporządzeniu osobom, których dane dotyczą, jest **prawo do bycia zapomnianym i do usunięcia danych**. Polega ono na uprawnieniu takiej osoby do żądania od administratora usunięcia odnoszących się do niej danych oraz zaprzestania ich dalszego rozpowszechniania w sytuacji np.:

- ustania celu (celów), dla którego (których) dane zostały zebrane
- odwołania zgody na przetwarzanie danych
- wniesienia sprzeciwu wobec dalszego przetwarzania danych

**Realizacja tego uprawnienia w praktyce wymusi na przedsiębiorcy udostępniającym dane innym podmiotom konieczność śledzenia drogi tych danych**. Będzie to niezbędne w celu zapewnienia możliwości poinformowania wszystkich podmiotów, którym dane takiej osoby zostały przekazane, o wniesionym żądaniu usunięcia danych. W efekcie to ten przedsiębiorca będzie odpowiedzialny za prawidłowe wypełnienie żądania.

## Po czwarte: pamiętaj o kopii danych osobowych

Osobie, której dane dotyczą, rozporządzenie przyznało także **prawo do uzyskania od administratora kopii przetwarzanych przez niego danych** dotyczących tej osoby, o ile dane te są przetwarzane w formie elektronicznej w powszechnie używanym formacie.

Uprawnienie to de facto może doprowadzić do utraty przez przedsiębiorcę klienta, gdyż w sytuacjach, w których podstawą prawną przetwarzania danych jest zgoda lub umowa (a są to przecież główne podstawy prawne przetwarzania przez przedsiębiorców danych osobowych), **osoba żądająca kopii danych będzie mogła swobodnie nią dysponować.**

Oznacza to, że w praktyce będzie mogła przekazać te dane innemu administratorowi danych, bez żadnych przeszkód ze strony tego przedsiębiorcy, od którego uzyskała taką kopię.

## **Po piąte: aby profilować, musisz mieć przesłanki ku temu**

Istotną nowością uregulowaną w rozporządzeniu jest **ograniczenie możliwości administratorów w zakresie profilowania danych ich klientów. Chodzi o profilowanie oparte na automatycznym przetwarzaniu danych i pozwalające na ocenę niektórych aspektów osobistych** takich jak wyniki w pracy, sytuacja ekonomiczna, miejsce przebywania, zdrowie, preferencje osobiste, wiarygodność.

Te ograniczenia spowodują, że przedsiębiorca zamierzający dokonać profilowania będzie mógł to zrobić dopiero po spełnieniu warunków, które zostały ściśle określone w rozporządzeniu. Warunki te obejmują konieczność wykazania istnienia przesłanki dopuszczającej profilowanie (np. zgody osoby, która ma być profilowana) oraz obowiązek zawarcia informacji o profilowaniu w klauzuli informacyjnej.

**Sprawdź również, z jakimi nowymi obowiązkami w zakresie ochrony danych musi liczyć się organizator konkursu i programu lojalnościowego, podmiot korzystający z zewnętrznej platformy mailingowej oraz budujący bazę klientów poprzez newsletter – czytaj artykuł [Jak chronić dane osobowe w marketingowej machinie](#).**

\*\*\*

**Adam Myziak** – inspektor GIODO w latach 2000–2010, audytor wiodący [Personal Data Protection Group \(PDP Group\)](#), która opracowała pierwszy w Polsce system certyfikacji firm oraz instytucji w zakresie zgodnego z przepisami przetwarzania danych osobowych w ich działaniach.

A.Myziak, *Jak przygotować się do zmiany w przepisach o ochronie danych osobowych*, "MpK-T", nr 464, 18-12-2013, <http://www.marketing-news.pl/theme.php?art=1763>

Copyright © 2010 Pallad Media

Drukuj

Zamknij okno