Suunised 8/2020 sotsiaalmeedia kasutajate suunamise kohta

Versioon 2.0

Vastu võetud 13. aprillil 2021

Versioonid

Versioon 2.0	13. aprill 2021	Suuniste vastuvõtmine pärast avalikku konsultatsiooni
Versioon 1.0	2. september 2020	Suuniste vastuvõtmine avalikuks konsulteerimiseks

SISUKORD

Sisukord 3
1 Sissejuhatus 4
2 Ulatus 5
3 Isikuandmete töötlemisest kasutajate õigustele ja vabadustele tulenevad ohud 6
4 Osalejad ja ülesanded 9
4.1 Kasutajad 9
4.2 Sotsiaalmeediateenuse osutajad 9
4.3 Suunajad 10
4.4 Muud asjaomased osalejad 11
4.5 Ülesanded ja kohustused 11
5 Erinevate suunamismehhanismide analüüs 13
5.1 Ülevaade 13
5.2 Suunamine esitatud andmete alusel 14
5.2.1 Andmed, mida kasutaja esitab sotsiaalmeediateenuse osutajale 14
A. Ülesanded 15
B. Õiguslik alus 16
5.2.2 Andmed, mida sotsiaalmeedia platvormi kasutaja esitab suunajale 19
A. Ülesanded 20
B. Õiguslik alus 20
5.3 Suunamine jälgitavate andmete alusel 21
5.3.1 Ülesanded 22
5.3.2 Õiguslik alus 23
5.4 Suunamine kaudsete andmete alusel 24
5.4.1 Ülesanded 25
5.4.2 Õiguslik alus 25
6 Läbipaistvus ja õigus andmetega tutvuda 27
6.1 Kokkuleppe põhitingimused ja esitatav teave (isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 26 lõige 2)27
6.2 Õigus tutvuda andmetega (artikkel 15) 29
7 Andmekaitsealased mõjuhinnangud 30
8 Isikuandmete eriliigid 32
8.1 Mis on isikuandmete eriliik? 32

8.1.1 Selged andmete eriliigid 33
8.1.2 Kaudsed ja kombineeritud isikuandmete eriliigid 33
8.2 Ilmselgelt avalikustatud andmete eriliikide puhul artikli 9 lõikes 2 sätestatud erand 35
9 Kaasvastutus ja kohustus 36
9.1 Kaasvastutavate töötlejate kokkulepe ja kohustuste kindlaksmääramine (isikuandmete kaitse üldmääruse artikkel 26) 36
9.2 Vastutuse tasandid 38

Euroopa Andmekaitsenõukogu,

võttes arvesse Euroopa Parlamendi ja nõukogu 27. aprilli 2016. aasta määruse (EL) 2016/679 (füüsiliste isikute kaitse kohta isikuandmete töötlemisel ja selliste andmete vaba liikumise ning direktiivi 95/46/EÜ kehtetuks tunnistamise kohta) artikli 70 lõike 1 punkti e,

ON VASTU VÕTNUD JÄRGMISED SUUNISED:

1 SISSEJUHATUS

1. Viimase kümne aasta jooksul on internetikeskkonnas toimunud märkimisväärne areng, nimelt sotsiaalmeedia esilekerkimine. Üha rohkem inimesi kasutab sotsiaalmeediat, et hoida ühendust perekonna ja sõpradega, osaleda erialavõrgustikes või luua sidemeid ühiste huvide ja ideedega inimeste vahel. Käesolevates suunistes mõistetakse sotsiaalmeedia all digiplatvorme, mis võimaldavad arendada kasutajate võrgustikke ja kogukondi, kus jagatakse teavet ja sisu [1]. Sotsiaalmeedia põhiomadusteks on üksikisikute võimalus registreeruda, et luua endale nn kasutajakontosid või profiile, suhelda omavahel, jagades kasutaja loodud või muud sisu, ning arendada sidemeid ja võrgustikke teiste kasutajatega[2].

2. Paljud sotsiaalmeediateenuse osutajad pakuvad oma ärimudeli osana suunamisteenuseid. Suunamisteenused võimaldavad füüsilistel või juriidilistel isikutel (edaspidi „suunajad“) edastada sotsiaalmeedia kasutajatele konkreetseid sõnumeid, et edendada ärilisi, poliitilisi või muid huve[3]. Suunamise iseloomulik omadus on sihtrühma kuuluva inimese või rühma ja edastatava sõnumi vaheline tajutav sobivus. See põhineb eeldusel, et mida suurem on sobivus, seda suurem on

[1] Sotsiaalmeedia pakutavad lisafunktsioonid võivad olla näiteks personaliseerimine, rakenduste integreerimine, pluginad, kasutaja autentimine, analüüs ja avaldamine. Sotsiaalmeedia funktsioonid võivad olla eraldi pakkumised vastutavatelt töötlejatelt või need võivad olla integreeritud laiemasse teenustevalikusse.

[2] Lisaks n-ö traditsioonilistele sotsiaalmeedia platvormidele hõlmab sotsiaalmeedia ka näiteks järgmist: tutvumisplatvormid, kus registreeritud kasutajad saavad otsida partnereid, kellega päriselus kohtuda; platvormid, kus registreeritud kasutajad saavad üles laadida oma videoid, kommenteerida teiste videoid ja neid linkida, või arvutimängud, kus registreeritud kasutajad võivad mängida koos rühmana, vahetada teavet või jagada kogemusi ja mängus saavutatud võite.

[3] Suunamine on määratletud kui „millegi suunamine või sihtimine teatavale inimeste rühmale“ ja „püüe inimese või rühma huvi äratada või neid teataval viisil mõjutada“. https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/targeting.

vastuvõtumäär (meelemuutus) ja seda tulemuslikum on seega suunamiskampaania (investeeringutasuvus).

3. Sotsiaalmeedia kasutajate suunamise mehhanismid on aja jooksul keerukamaks muutunud. Organisatsioonidel on nüüd suutlikkus suunata üksikisikuid suure hulga kriteeriumide alusel. Sellised kriteeriumid võivad olla välja töötatud nende isikuandmete alusel, mida kasutajad on ise aktiivselt esitanud või jaganud, näiteks suhtestaatus. Samas töötatakse suunamiskriteeriume järjest enam välja ka selliste isikuandmete põhjal, mida on jälginud või mille on kaudselt saanud kas sotsiaalmeediateenuse osutaja või kolmandad isikud ning mida platvormid või muud osalejad (nt andmemaaklerid) reklaami suunamise võimaluste toetamiseks koguvad (koondavad). Teisisõnu ei tähenda sotsiaalmeedia kasutajate suunamine mitte üksnes konkreetse sõnumi adressaadiks olevate üksikisikute või nende rühmade (edaspidi „sihtrühm“) „väljavalimist“, vaid pigem sidusrühmade läbi viidavat terviklikku protsessi, mille tulemuseks on konkreetsete sõnumite edastamine sotsiaalmeedias kasutajakontot omavatele inimestele[4].

4. Eri allikatest pärit andmete kombineerimine ja analüüs koos sotsiaalmeedia kontekstis töödeldavate isikuandmete võimaliku tundlikkusega [5] tekitab ohte üksikisikute põhiõigustele ja -vabadustele. Andmekaitse seisukohast on paljud ohud seotud läbipaistvuse ja kasutajate kontrolli võimaliku puudumisega. Asjaomaste isikute jaoks on isikuandmete töötlemine, mille tulemusena edastatakse suunatud sõnum, sageli läbipaistmatu. Lisaks võib see hõlmata isikuandmete ootamatut või soovimatut kasutamist, mis tekitab küsimusi nii andmekaitseõiguse seisukohast kui ka seoses muude põhiõiguste ja -vabadustega. Seoses demokraatlike otsustus- ja valimisprotsessidega on suunamine sotsiaalmeedias pälvinud viimasel ajal suuremat avalikku huvi ja põhjustanud ulatuslikuma regulatiivse kontroll[6].

2 ULATUS

5. Sotsiaalmeedia kasutajate suunamisega võivad tegeleda erinevad osalejad, kes on käesolevates suunistes jaotatud nelja rühma: sotsiaalmeediateenuse osutajad, nende kasutajad, suunajad ja muud osalejad, kes võivad suunamisprotsessis osaleda. Eri osalejate ülesannete ja kohustuste õige kindlaksmääramise tähtsust on hiljuti rõhutatud Euroopa Liidu Kohtu kohtuasjades Wirtschaftsakademie ja Fashion ID tehtud otsustes[7]. Mõlemad kohtuotsused näitavad, et suhtlus sotsiaalmeediateenuse osutajate ja teiste osalejate vahel võib tekitada ELi andmekaitseõigusest tulenevaid ühiseid kohustusi.

6. Võttes arvesse Euroopa Liidu Kohtu praktikat ning isikuandmete kaitse üldmääruse sätteid, mis käsitlevad kaasvastutavaid töötlejaid ja vastutust, antakse käesolevates suunistes juhiseid sotsiaalmeedia kasutajate suunamise kohta, eelkõige seoses suunajate ja sotsiaalmeediateenuse

[4] Edastatavad sõnumid koosnevad tavaliselt piltidest ja tekstist, kuid võivad sisaldada ka video- ja/või audiofaile.
[5] Sotsiaalmeedia kontekstis töödeldavad isikuandmed võivad kuuluda isikuandmete kaitse üldmääruse artiklis 9 sätestatud isikuandmete eriliikidesse, seostuda haavatavate isikutega või olla muul viisil väga isiklikud. Vt ka artikli 29 alusel asutatud andmekaitse töörühma suunised, mis käsitlevad andmekaitsealast mõjuhinnangut ja selle kindlaksmääramist, kas isikuandmete töötlemise tulemusena „tekib tõenäoliselt suur oht“ vastavalt määrusele (EL) 2016/679, WP 248 rev. 01, lk 9.
[6] Vt näiteks https://edpb.europa.eu/sites/default/files/files/file1/201902_edpb_statementonelections_et.pdf; https://ico.org.uk/about-the-ico/news-and-events/news-and-blogs/2018/07/findings-recommendations-and-actions-from-ico-investigation-into-data-analytics-in-political-campaigns/; https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/soteu2018-data-protection-law-electoral-guidance-638_en.pdf; https://www.personuvernd.is/information-in-english/greinar/nr/2880.
[7] Kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Wirtschaftsakademie, 5. juuni 2018, C-210/16, ECLI:EU:C:2018:388; kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Fashion ID, 29. juuli 2019, C-40/17, ECLI:EU:C:2019:629.

osutajate kohustustega. Kui tegemist on ühise vastutusega, püütakse suunistes praktiliste näidete varal selgitada, milline võiks olla kohustuste jaotus suunajate ja sotsiaalmeediateenuse osutajate vahel[8].

7. Seepärast on käesolevate suuniste peamine eesmärk selgitada sotsiaalmeediateenuse osutaja ja suunaja ülesandeid ning kohustusi. Selleks määratakse suunistes kindlaks ka üksikisikute õigustele ja vabadustele tekkida võivad ohud (punkt 3), peamised osalejad ja nende ülesanded (punkt 4) ning käsitletakse peamiste andmekaitsenõuete (nagu seaduslikkus ja läbipaistvus, andmekaitsealane mõjuhinnang jne) kohaldamist ja sotsiaalmeediateenuse osutajate ja suunajate vaheliste kokkulepete põhielemente.

8. Suunised hõlmavad siiski ka sotsiaalvõrgustiku registreeritud kasutajate, sotsiaalvõrgustiku pakkujate ja suunajate vahelisi suhteid. Suunised ei hõlma aga selliste stsenaariumide põhjalikku analüüsi nagu sotsiaalmeediateenuse osutajate juures registreerimata isikud.

3 ISIKUANDMETE TÖÖTLEMISEST KASUTAJATE ÕIGUSTELE JA VABADUSTELE TULENEVAD OHUD

9. Isikuandmete kaitse üldmääruses rõhutatakse, kui tähtis on isikuandmete töötlemisest üksikisikute õigustele ja vabadustele tulenevaid ohte nõuetekohaselt hinnata ja leevendada[9]. Mehhanismid, mida saab kasutada sotsiaalmeedia kasutajate suunamiseks, ja nende aluseks olevad töötlemistoimingud, mis suunamist võimaldavad, võivad põhjustada märkimisväärset ohtu. Nende suuniste eesmärk ei ole esitada täielikku loetelu üksikisikute õigusi ja vabadusi ähvardavatest võimalikest ohtudest. Sellegipoolest peab Euroopa Andmekaitsenõukogu oluliseks teatavat liiki ohtudele tähelepanu juhtida ja tuua näiteid, kuidas need ohud võivad avalduda.

10. Sotsiaalmeedia kasutajate suunamine võib hõlmata isikuandmete sellist kasutamist, mis on vastuolus üksikisikute mõistlike ootustega või ületab neid ning millega seega rikutakse kohaldatavaid andmekaitsepõhimõtteid ja -eeskirju. Näiteks kui sotsiaalmeedia platvorm kombineerib kolmandatelt isikutelt saadud isikuandmed andmetega, mille on avalikustanud platvormi kasutajad, võib see viia selleni, et isikuandmeid kasutatakse väljaspool nende algset eesmärki ja viisil, mida üksikisik ei saanud mõistlikult ette näha. Suunamisega seotud profiilianalüüside tegemisega võib kaasneda kaudselt selliste huvide või muude omaduste järeldamine, mida üksikisik ei ole ise avalikustanud, kahjustades seega üksikisiku võimalust omada kontrolli oma isikuandmete üle[10]. Lisaks sellele võib eri osalejate

[8] Käesolevad suunised ei piira 2. septembril 2020 vastu võetud Euroopa Andmekaitsenõukogu suuniste 7/2020 (isikuandmete kaitse üldmääruses sätestatud vastutava töötleja ja volitatud töötleja mõiste kohta) kohaldamist seoses kohustuste jaotusega muus kontekstis.

[9] Isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 24 kohaselt rakendab vastutav töötleja asjakohaseid tehnilisi ja korralduslikke meetmeid, et tagada ja suuta tõendada isikuandmete töötlemist kooskõlas isikuandmete kaitse üldmäärusega, „[a]rvestades töötlemise laadi, ulatust, konteksti ja eesmärke, samuti füüsiliste isikute õigusi ja vabadusi ähvardavaid erineva tõenäosuse ja suurusega ohte“. Vt ka artikli 29 alusel asutatud andmekaitse töörühma suunised, mis käsitlevad andmekaitsealast mõjuhinnangut ja selle kindlaksmääramist, kas isikuandmete töötlemise tulemusena „tekib tõenäoliselt suur oht“ vastavalt määrusele (EL) 2016/679, WP 248 rev. 01, 4. oktoober 2017.

[10] Vt ka Euroopa Andmekaitseinspektori arvamus 3/2018 veebipõhise manipulatsiooni ja isikuandmete kohta, 19. märts 2018, lk 15 („Kui profiiliandmeid kasutatakse algoritmide kaudu erinevatel eesmärkidel, seisneb probleem selles, et andmed kaotavad oma algse konteksti. Andmete kasutuseesmärgi muutmine võib mõjutada isiku teabealast enesemääramist, vähendab veelgi andmesubjektide kontrolli oma andmete üle ning mõjutades seega usaldust digikeskkondade ja -teenuste vastu.“).

ülesannete ja asjaomaste töötlemistoimingute vähene läbipaistvus kahjustada, raskendada või takistada andmesubjektide õiguste kasutamist.

11. Teist liiki oht on seotud diskrimineerimise ja tõrjumise võimalusega. Sotsiaalmeedia kasutajate suunamine võib hõlmata kriteeriume, millel on otsene või kaudne diskrimineeriv mõju seoses isiku rassilise või etnilise päritolu, tervisliku seisundi või seksuaalse sättumuse või asjaomase isiku muude kaitstud omadustega. Näiteks võib selliste kriteeriumide kasutamine tööpakkumiste, eluaseme või krediidi (laenud, hüpoteegid) reklaami puhul vähendada võimaluste nähtavust teatavatesse rühmadesse kuuluvate isikute jaoks. Võimalik diskrimineerimine suunamisel tuleneb reklaamijate võimalusest ära kasutada suurt hulka ja väga erinevaid isikuandmeid (nt demograafilised andmed, käitumisandmed ja huvid), mida sotsiaalmeedia platvormid oma kasutajate kohta koguvad[11]. Hiljutised uuringud näitavad, et võimalik diskrimineeriv mõju on olemas ka selliseid kriteeriume kasutamata, mis on otseselt seotud isikuandmete eriliikidega isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 9 tähenduses[12].

12. Teine ohukategooria on seotud kasutajate võimaliku manipuleerimisega. Juba ainuüksi nimetus näitab, et suunamismehhanisme kasutatakse selleks, et mõjutada üksikisikute käitumist ja valikuid, olgu siis nende ostuotsustes tarbijatena või poliitilistes otsustes kodanikena, kes osalevad kodanikuühiskonnas[13]. Teatavad suunamisviisid võivad aga minna nii kaugele, et need kahjustavad üksikisiku autonoomiat ja vabadust (nt edastades individualiseeritud sõnumeid, mille eesmärk on ära kasutada või isegi rõhutada teatavat haavatavust või konkreetseid isiklikke väärtusi või probleeme). Näiteks võib sotsiaalmeedia kaudu jagatud sisu analüüs anda teavet emotsionaalse seisundi kohta (nt teatavate märksõnade kasutamise analüüs). Sellist teavet võidakse kasutada selleks, et suunata üksikisikule konkreetseid sõnumeid sellistel hetkedel, mille puhul eeldatakse, et inimene on vastuvõtlikum, mõjutades seega varjatult tema mõtteviisi, emotsioone ja käitumist[14].

13. Sotsiaalmeedia kasutajate suunamise mehhanisme võidakse kasutada ka üksikisikute lubamatuks mõjutamiseks poliitilistes aruteludes ja demokraatlikes valimisprotsessides[15]. Kui n-ö traditsioonilise veebivälise poliitilise kampaania eesmärk on mõjutada valijate käitumist sõnumite kaudu, mis on üldiselt kättesaadavad ja leitavad (kontrollitavad), võimaldavad olemasolevad veebipõhised suunamismehhanismid erakondadel ja kampaaniate korraldajatel suunata üksikuid valijaid sihtrühma konkreetsetele vajadustele, huvidele ja väärtustele kohandatud sõnumitega[16]. Selline suunamine võib hõlmata isegi desinformatsiooni või sõnumeid, mida inimesed peavad iseäranis murettekitavaks ning mis võivad seetõttu (suurema tõenäosusega) esile kutsuda nende teatava emotsiooni või reaktsiooni. Kui polariseerivad või valelikud (desinformatsiooni sisaldavad) sõnumid on suunatud konkreetsetele isikutele, kellel puudub kas osaliselt või täielikult kontekst või juurdepääs muudele seisukohtadele, võib suunamismehhanismide kasutamine õõnestada demokraatlikku valimisprotsessi[17].

---

[11] Speicher, T. jt, „Potential for Discrimination in Online Targeted Advertising, Proceedings of the 1st Conference on Fairness, Accountability and Transparency“, *Proceedings of Machine Learning Research*, PMLR 81:5-19, 2018, http://proceedings.mlr.press/v81/speicher18a.html.

[12] Samas.

[13] Euroopa Andmekaitseinspektor, arvamus 3/2018, lk 18.

[14] Vt Kramer, A.D.I., Guillory, J.E. ja Hancock, J.T., „Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks“, PNAS, 17. juuni 2014, 111 (24) 8788-8790; esmakordselt avaldatud 2. juunil 2014 https://doi.org/10.1073/pnas.1320040111, kättesaadav aadressil https://www.pnas.org/content/111/24/8788, Adam D. I. Kramer Core Data Science Team, Facebook, Inc., Menlo Park, CA 94025.

[15] Vt ka Euroopa Andmekaitsenõukogu avaldus 2/2019 isikuandmete kasutamise kohta poliitiliste kampaaniate käigus, 13. märts 2019, lk 1.

[16] Teabevoliniku büroo (ICO), *Democracy disrupted? Personal information and political influence*, 10. juuli 2018, lk 14.

[17] Vt ka Euroopa Komisjon, komisjoni juhised liidu andmekaitseõiguse kohaldamise kohta valimiste kontekstis. Euroopa Komisjoni panus 19.–20. septembril 2018 Salzburgis toimuvasse riigijuhtide kohtumisse. Vt ka Neudert,

14. Samamoodi võib tõenäosust pääseda juurde konkreetse teemaga seotud erinevatele teabeallikatele vähendada algoritmide kasutamine, mille abil määratakse kindlaks, millist teavet millistele inimestele kuvatakse. Sellel omakorda võivad olla negatiivsed tagajärjed avaliku mõttevahetuse mitmekesisusele ja teabe kättesaadavusele[18]. Suunamismehhanisme võidakse kasutada teatavate sõnumite nähtavuse suurendamiseks, vähendades samal ajal teiste silmapaistvust. Võimalik kahjulik mõju võib avalduda kahel tasandil. Ühest küljest on olemas ohud, mis tulenevad nn filtrimullidest, mille puhul inimesed saavad enamasti sama teavet ja näevad vähem arvamusi, mille tulemuseks on suurem poliitiline ja ideoloogiline polariseerumine[19]. Teisest küljest võivad suunamismehhanismid tekitada ka teabe ülekülluse ohu, mille puhul üksikisikud ei saa teha teadlikku otsust, sest neil on teavet liiga palju ja nad ei saa kindlaks teha, kas see on usaldusväärne.

15. Isikuandmete kogumine sotsiaalmeediateenuse osutajate poolt ei pruugi piirduda üksikisikute tegevusega sotsiaalmeedia platvormil. Sotsiaalmeedia kasutajate suunamine teabe alusel, mis käsitleb nende veebikäitumist või muid tegevusi väljaspool sotsiaalmeedia platvormi, võib tekitada inimestes tunde, et nende käitumist jälgitakse süstemaatiliselt. Sellel võib olla heidutav mõju väljendusvabadusele, sealhulgas teabe kättesaadavusele[20]. Selline mõju võib süveneda, kui suunamine põhineb ka sotsiaalmeedia kasutajate jagatud sisu analüüsil. Kui erasõnumeid, postitusi ja kommentaare analüüsitakse ärilistel või poliitilistel eesmärkidel, võib see kaasa tuua ka enesetsensuuri.

16. Suunamise võimalik kahjulik mõju võib olla oluliselt suurem, kui tegemist on haavatavate isikute rühmadega, näiteks lastega. Suunamine võib mõjutada laste isiklike eelistuste ja huvide kujunemist, mis lõppkokkuvõttes mõjutab nende autonoomiat ja õigust arengule. Isikuandmete kaitse üldmääruse põhjenduses 38 on märgitud, et eriline kaitse peaks rakenduma laste isikuandmete kasutamisel turunduse eesmärgil või isiku või kasutajaprofiili loomiseks ja laste isikuandmete kogumisel otse lastele pakutavate teenuste kasutamise puhul[21].

17. Sotsiaalmeedia kasutamine on ELis laialt levinud: 2019. aastal osales 16–74-aastastest inimestest 54% sotsiaalvõrgustikes. See osalusmäär on aastate jooksul pidevalt suurenenud[22]. Euroopa Andmekaitsenõukogu tõdeb, et üksikisikute õigusi ja vabadusi ähvardavaid ohte võivad suurendada ka sotsiaalmeedia turgude suurem kontsentreerumine ja suunamine. Näiteks võib teatavatel sotsiaalmeediateenuse osutajatel olla võimalik kombineerida kas üksi või koos teiste ettevõtjatega suuremal hulgal ja mitmekesisemaid isikuandmeid. See võimalus omakorda võib suurendada suutlikkust pakkuda täiustatumaid suunamiskampaaniaid. See aspekt on oluline nii andmekaitse (asjaomaste isikute põhjalikum profiilianalüüs) kui ka konkurentsiõiguse seisukohast (platvormi pakutavad konkurentsitud teabevõimalused võivad muuta platvormi internetipõhiste kauplemiskohtade jaoks „vältimatuks kaubanduspartneriks“). Nagu Euroopa Andmekaitsenõukogu on

L.M. ja Marchal, N.M., *Polarisation and the use of technology in political campaigns and communication*, Euroopa Parlamendi uuringuteenistus, 2019, lk 22–24.

[18] Vt ka Euroopa Parlamendi 3. mai 2018. aasta resolutsioon meedia mitmekesisuse ja meediavabaduse kohta Euroopa Liidus.

[19] Euroopa Andmekaitseinspektor, arvamus 3/2018, lk 7.

[20] Euroopa Andmekaitseinspektor, arvamus 3/2018, lk 9, ning meedia mitmekesisuse ja meediaomandi läbipaistvuse eksperdikomitee (MSI-MED), *Internet and Electoral Campaigns, Study on the use of Internet in Election campaigns*, Euroopa Nõukogu uuring DGI(2017)11, aprill 2018, lk 19–21.

[21] Vt ka artikli 29 alusel asutatud andmekaitse töörühm, suunised automatiseeritud töötlusel põhinevate üksikotsuste tegemise ja profiilianalüüsi kohta määruse 2016/679 kohaldamisel, 6. veebruar 2018, WP 251 rev. 01, lk 29.

[22] https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/edn-20200630-2.

tõdenud, võib turujõu ja infovõimu suurus omakorda „ohustada andmekaitse taset ja digitaalteenuste kasutajate vabadust“[23].

18. Eespool nimetatud ohtude tõenäosus ja tõsidus olenevad muu hulgas suunamismehhanismi laadist ning sellest, kuidas ja millisel eesmärgil seda kasutatakse. Elemente, mis võivad mõjutada ohtude tõenäosust ja tõsidust seoses sotsiaalmeedia kasutajate suunamisega, käsitletakse üksikasjalikumalt punktis 7.

4 OSALEJAD JA ÜLESANDED

4.1 Kasutajad

19. Inimesed kasutavad sotsiaalmeediat eri rollides ja eri eesmärkidel (nt sõpradega suhtlemiseks, ühist huvi pakkuva teabe vahetamiseks või töövõimaluste otsimiseks). Tavaliselt kasutatakse terminit „kasutaja“ viitamisel teenuse kasutajaks registreeritud isikutele (st isikutele, kellel on „kasutajakonto“ või „profiil“). Paljudele sotsiaalmeediateenustele pääsevad aga juurde ka registreerimata isikud (st kasutajakontot või profiili loomata)[24]. Sellised isikud ei saa tavaliselt kasutada kõiki samu funktsioone või teenuseid, mida pakutakse sotsiaalmeediateenuse osutaja juures registreerunud isikutele. Nii sotsiaalmeediateenuse osutajate juures registreeritud kui ka registreerimata isikuid võib pidada „andmesubjektideks“ isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 4 punkti 1 tähenduses, kui isik on otseselt või kaudselt tuvastatud või tuvastatav[25].

20. See, kas üksikisikutelt eeldatakse registreerimist tegeliku nimega või hüüdnime või pseudonüümi kasutamist, võib olenevalt asjaomasest sotsiaalmeediateenusest erineda. Üldjuhul on siiski võimalik asjaomast kasutajat suunata (või muul viisil teiste hulgast esile tuua) isegi tegeliku nime kasutamise põhimõtte puudumise korral, sest enamik suunamisviise ei põhine mitte kasutajanimedel, vaid muud liiki isikuandmetel, nagu huvid, sotsiograafilised andmed, käitumine või muud tunnused. Sageli julgustavad sotsiaalmeediateenuse osutajad oma kasutajaid avaldama n-ö reaalmaailma andmeid, näiteks telefoninumbreid[26]. Tuleb mainida, et sotsiaalmeediateenuse osutajad võivad ka võimaldada suunata üksikisikuid, kellel ei ole sotsiaalmeediateenuse osutaja juures kasutajakontot[27].

4.2 Sotsiaalmeediateenuse osutajad

21. Sotsiaalmeediateenuse osutajad pakuvad internetipõhist teenust, mis võimaldab arendada kasutajate võrgustikke ja kogukondi, kus jagatakse teavet ja sisu. Sotsiaalmeediateenuseid osutatakse tavaliselt veebibrauserite või eriotstarbeliste rakenduste kaudu, sageli pärast seda, kui kasutajalt on kasutajakonto või profiili loomiseks küsitud isikuandmeid. Sageli pakuvad nad kasutajatele ka

[23] Euroopa Andmekaitsenõukogu avaldus majandustegevuse koondumise mõju kohta andmekaitsele, kättesaadav aadressil https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_statement_economic_concentration_en.pdf.

[24] Isikuandmeid ja profiilianalüüsi teavet, mida sotsiaalmeediateenuse osutajad haldavad seoses üksikisikutega, kes ei ole sotsiaalmeediateenuse osutajate juures registreeritud, nimetatakse mõnikord variprofiiliks.

[25] Vt ka põhjendus 26 („teiste hulgast esiletoomine“). Vt ka artikli 29 alusel asutatud andmekaitse töörühma 20. juuni 2007. aasta arvamus 4/2007 isikuandmete mõiste kohta, WP 136, lk 12 jj.

[26] Mõnel juhul küsivad sotsiaalmeediateenuse osutajad esitatud andmete täiendavaks kontrollimiseks lisadokumente, näiteks paludes kasutajatel laadida üles oma isikutunnistuse või samalaadsed dokumendid.

[27] Selline suunamine võib olla võimalik nende seadmete, rakenduste, töövahendite ja protokollide jagatavate võrguidentifikaatoritega, näiteks IP-aadresside või küpsistega, või muude identifikaatoritega. See võib jätta jälgi, mida võidakse kasutada füüsiliste isikute profiilianalüüsi tegemiseks ja nende tuvastamiseks, eelkõige juhul, kui neid kombineeritakse serveritesse saabuvate kordumatute identifikaatorite ja muu teabega. Vt ka isikuandmete kaitse üldmääruse põhjendus 30. Selle tuvastamise alusel võib veebisaidi külastuskordadel kuvada suunatud reklaame.

kasutajakontoga seotud funktsioone, mis võimaldavad kasutajatel pääseda juurde nende konto kasutamisega seoses töödeldavatele isikuandmetele ja neid kontrollida.

22. Teenuse funktsioonid määrab kindlaks sotsiaalmeediateenuse osutaja. See omakorda tähendab selle kindlaksmääramist, milliseid andmeid töödeldakse, millisel eesmärgil, millistel tingimustel ja kuidas isikuandmeid töödeldakse. See võimaldab pakkuda sotsiaalmeediateenust, kuid tõenäoliselt ka selliseid teenuseid nagu suunamine, mis võivad olla kasulikud sotsiaalmeedia platvormil tegutsevatele või sellega seotud äripartneritele.

23. Sotsiaalmeediateenuse osutajal on võimalus koguda suurel hulgal isikuandmeid, mis on seotud sotsiaalmeediateenuse osutajate juures registreerimata kasutajate ja üksikisikute käitumise ja suhtlemisega. See võimaldab tal saada märkimisväärset teavet kasutajate sotsiaal-demograafiliste omaduste, huvide ja eelistuste kohta. Oluline on märkida, et kasutaja tegevusel põhinev teave hõlmab sageli kaudseid või tuletatud isikuandmeid. Näiteks kui kasutaja reageerib teatavale sisule (nt märkides sotsiaalmeedias postituse meeldivaks või vaadates videosisu), võib sotsiaalmeediateenuse osutaja selle toimingu salvestada ning sellest võib järeldada, et kõnealusele kasutaja meeldis sisu, millele ta reageeris.

24. Sotsiaalmeediateenuse osutajad koguvad üha enam andmeid mitte ainult platvormil toimunud tegevusest, vaid ka platvormivälisest tegevusest, kombineerides eri allikatest, st nii veebist kui ka veebiväliselt saadud andmeid, et saada lisateavet. Andmeid võidakse kombineerida isikuandmetega, mida üksikisikud ise sotsiaalmeediateenuse osutajale avaldavad (nt kasutajanimi, e-posti aadress, asukoht ja telefoninumber), ning andmetega, mille platvorm on neile määranud (nt kordumatud tunnused).

4.3 Suunajad

25. Käesolevates suunistes tähistatakse terminiga „suunaja“ füüsilist või juriidilist isikut, kes kasutab sotsiaalmeediateenuseid, et suunata konkreetseid sõnumeid konkreetsete parameetrite või kriteeriumide alusel sotsiaalmeedia kasutajatele [28] . Suunajaid eristab teistest sotsiaalmeedia kasutajatest see, et nad valivad oma sõnumid ja/või sihtrühma vastavalt asjaomaste isikute tajutavatele omadustele, huvidele või eelistustele. Seda tegevust nimetatakse mõnikord ka mikrosuunamiseks [29] . Suunajad võivad kasutada suunamist äri-, poliitiliste või muude huvide edendamiseks. Tüüpiline näide on kaubamärgid, mille omanikud kasutavad sotsiaalmeediat oma toodete reklaamimiseks, sealhulgas kaubamärgi tuntuse suurendamiseks. Sotsiaalmeediat kasutavad oma kampaaniastrateegias üha enam ka erakonnad. Heategevusorganisatsioonid ja muud mittetulundusühendused kasutavad sotsiaalmeediat ka sõnumite suunamiseks võimalikele panustajatele või kogukondade arendamiseks.

26. Oluline on märkida, et sotsiaalmeedia kasutajaid saab suunata erineval viisil. Näiteks võib suunamine toimuda mitte ainult personaliseeritud reklaami kuvamise kaudu (nt veebilehe üla- või külgservas kuvatava reklaamiriba abil), vaid – kui see toimub sotsiaalmeedia platvormil – ka reklaami kuvamisega kasutaja „uudistevoos“, „ajajoonel“ või „loos“, kus reklaami sisu ilmub koos kasutaja loodud sisuga. Suunamine võib hõlmata ka sellise sisu loomist, mida majutab sotsiaalmeediateenuse osutaja (nt sihtotstarbelise „lehe“ või muu sotsiaalmeedia vahendi kaudu) või mida majutatakse mujal (st kolmandate isikute veebisaitidel). Suunajatel võivad olla oma veebisaidid ja rakendused, kuhu nad saavad integreerida konkreetseid sotsiaalmeedia ärivahendeid või -funktsioone, näiteks pluginaid või

[28] Isikuandmete kaitse üldmääruse sisulisse kohaldamisalasse ei kuulu olukord, kui isikuandmeid töötleb füüsiline isik eranditult isiklike või koduste tegevuste käigus (artikli 2 lõike 2 punkt c).

[29] Käesolevates suunistes ei peeta suunamiseks sotsiaalmeedia lehel lihtsalt sellise teabe jagamist, mis on mõeldud laiemale üldsusele (nt teave lahtiolekuaegade kohta), ilma et eelnevalt oleks valitud sihtrühma.

isikutuvastusfunktsioone, või kasutades sotsiaalmeediateenuse osutajate pakutavaid rakendusliideseid (APId) või tarkvaraarenduskomplekte.

4.4 Muud asjaomased osalejad

27. Suunajad võivad sotsiaalmeediateenuse osutajate pakutavaid suunamismehhanisme otse kasutada või kaasata teiste osalejate, näiteks turundusteenuste osutajate, reklaamivõrgustike, reklaamibörside, nõudlus- ja tarneplatvormide, andmehaldusteenuse osutajate ja andmeanalüüsi ettevõtete teenused. Need osalejad kuuluvad keerukasse ja arenevasse veebireklaami ökosüsteemi (nn reklaamitehnoloogia (*adtech*)), mis kogub ja töötleb üksikisikutega (sh sotsiaalmeedia kasutajatega) seotud andmeid, näiteks jälgides nende tegevust veebisaitidel ja rakendustes[30].

28. Olulised osalejad on ka andmemaaklerid ja andmehaldusteenuse osutajad, kellel on sotsiaalmeedia kasutajate suunamisel tähtis roll. Andmemaaklerid ja andmehaldusteenuse osutajad eristuvad teistest reklaamitehnoloogia ettevõtjatest selle poolest, et nad töötlevad nii jälgimistehnoloogia abil kogutud andmeid kui ka muudest, nii veebipõhistest kui ka veebivälistest allikatest kogutud andmeid. Teisisõnu koondavad andmemaaklerid ja andmehaldusteenuse osutajad mitmesugustest allikatest kogutud andmeid, mida nad võivad seejärel müüa teistele suunamisprotsessis osalevatele sidusrühmadele[31].

29. Kuigi kõigil teistel eespool nimetatud osalejatel võib olla sotsiaalmeedia kasutajate suunamisel oluline roll, keskendutakse käesolevates suunistes sotsiaalmeediateenuse osutajate ja suunajate vahelisele ülesannete ja andmekaitsekohustuste jaotusele. Sarnased kaalutlused võivad siiski kehtida ka teiste veebireklaami ökosüsteemis osalejate kohta, olenevalt iga osaleja rollist suunamisprotsessis.

4.5 Ülesanded ja kohustused

30. Selleks et selgitada sotsiaalmeediateenuse osutajate ja suunajate vastavaid ülesandeid ja kohustusi, on oluline võtta arvesse Euroopa Liidu Kohtu asjakohast kohtupraktikat. Eriti asjakohased on kohtuasjades Wirtschaftsakademie (C-210/16), Jehovah's Witnesses (C-25/17) ja Fashion ID (C-40/17) tehtud otsused.

31. Analüüsi lähtepunkt on vastutava töötleja õiguslik määratlus. Isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 4 punkti 7 kohaselt on vastutav töötleja „füüsiline või juriidiline isik, […], kes üksi või koos teistega määrab kindlaks isikuandmete töötlemise eesmärgid ja vahendid".

32. Kohtuasjas Wirtschaftsakademie otsustas Euroopa Liidu Kohus, et Facebookis majutatava fännilehe haldajat tuleb pidada isikuandmete töötlemise eesmärkide ja vahendite kindlaksmääramises osalevaks. Euroopa Liidu Kohtule esitatud teabest ilmneb, et fännilehe loomisel peab haldaja *kindlaks määrama* fännilehe *seaded*, mis *mõjutavad* isikuandmete töötlemist fännilehe külastuste põhjal *koostatava statistika* tarbeks[32]. Haldaja võib Facebooki pakutavaid filtreid kasutades määrata kindlaks selle statistika koostamise aluseks olevad kriteeriumid ja isegi piiritleda isikute kategooriad, kelle isikuandmeid Facebook töötlema hakkab:

> „Täpsemalt võib fännilehe haldaja nõuda, et talle antaks – ja seega töödeldaks – demograafilisi andmeid tema sihtrühma kohta, eelkõige vanuse, soo, suhtestaatuse ja töö tendentside, sihtrühma elustiili ja huvide kohta ning teavet fännilehe külastajate ostude ja ostukäitumise kohta veebis, neile kõige enam huvi pakkuvate toote- või teenusekategooriate kohta ning

[30] Eri osalejate kirjelduse kohta vt artikli 29 alusel asutatud töörühma arvamus 2/2010 käitumispõhise reklaami kohta, lk 5. Arvamus on kättesaadav aadressil https://ec.europa.eu/justice/Article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2010/wp171_en.pdf.

[31] Vt tarbijapoliitika uurimiskeskus, *A day in the life of data*, kättesaadav aadressil: http://cprc.org.au/publication/research-report-a-day-in-the-life-of-data/.

[32] Kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Wirtschaftsakademie, C-210/16, punkt 36.

geograafilisi andmeid, mille järgi saab fännilehe haldaja teada, kus teha erikampaaniaid või korraldada üritusi, ja üldisemalt, kuidas oma teabepakkumist paremini suunata“.

33. Kuna lehe seadistamine sõltub muu hulgas haldaja sihtrühmast „ja oma tegevuse juhtimise või müügiedenduse eesmärkidest“, osaleb haldaja ka isikuandmete töötlemise eesmärkide kindlaksmääramises 33 . Seega liigitati haldaja koos sotsiaalmeediateenuse osutajaga vastutavaks töötlejaks, kes on koos sotsiaalmeediateenuse osutajaga kaasvastutav oma veebisaidi külastajate isikuandmete töötlemise eest.

34. Nagu on täpsemalt kirjeldatud käesolevate suuniste punktis 9, võivad vastutavad töötlejad osaleda isikuandmete töötlemise eri etappides ja seda erineval määral. Sellises olukorras tuleb neist igaühe vastutuse suurust hinnata lähtuvalt konkreetse juhtumi kõigist asjakohastest asjaoludest:

> „kaasvastutuse olemasolu [ei tähenda] tingimata, et isikuandmete töötlemisse kaasatud erinevad ettevõtjad vastutavad võrdselt. Vastupidi, need ettevõtjad võivad olla isikuandmete töötlemisse kaasatud eri etappides ja erineval määral, mistõttu tuleb neist igaühe vastutust hinnata juhtumi kõiki tähtsust omavaid asjaolusid arvesse võttes“[34].

35. Kuigi Euroopa Liidu Kohus järeldas, et lehe haldaja tegutseb koos Facebookiga vastutava töötlejana, märkis kohus ka seda, et kõnealusel juhul tuleb Facebooki pidada üksuseks, kes määrab *põhiosas* kindlaks Facebooki kasutajate ja Facebooki saidil majutatavaid fännilehti külastanute isikuandmete töötlemise eesmärgid ja vahendid[35].

36. Kohtuasjas Fashion ID otsustas Euroopa Liidu Kohus, et veebisaidi haldajat võib pidada vastutavaks töötlejaks, kui ta lisab oma veebisaidile Facebooki plugina, mille tõttu külastaja veebilehitseja edastab külastaja isikuandmed Facebookile [36] . Veebisaidi haldaja kvalifitseerimine vastutavaks töötlejaks piirdub siiski toimingu või toimingute kogumiga, mille eesmärgid ja vahendid ta reaalselt kindlaks määrab. Kõnealusel juhul leidis Euroopa Liidu Kohus, et veebisaidi haldaja saab koos Facebookiga kindlaks määrata üksnes tema veebisaidi külastajate isikuandmete kogumise ja üleandmise eesmärgid ja vahendid. Selle tulemusena otsustas Euroopa Liidu Kohus, et mis puudutab sotsiaalmooduli lisamist veebisaidile, siis veebisaidi haldaja vastutus

> „piirdub siiski isikuandmete töötlemise toiminguga või toimingute kogumiga, mille eesmärgid ja vahendid ta reaalselt kindlaks määrab, ehk asjaomaste andmete kogumise ja üleandmisega“[37].

37. Euroopa Liidu Kohus leidis, et veebisaidi haldaja ei ole vastutav töötleja hilisemate38 toimingute puhul, mis on seotud isikuandmete töötlemisega Facebooki poolt pärast nende talle edastamist, kuna

---

[33] Kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Wirtschaftsakademie, C-210/16, punkt 39.

[34] Kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Wirtschaftsakademie, C-210/16, punkt 43; kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Jehovah’s Witnesses, C-25/17, punkt 66, ja kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Fashion ID, C-40/17, punkt 70.

[35] Kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Wirtschaftsakademie, C-210/16, punkt 30.

[36] Kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Fashion ID, C-40/17, punkt 75 jj ja punkt 107.

[37] Kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Fashion ID, C-40/17, punkt 107.

[38] Hilisem töötlemine on mis tahes töötlemistoiming või töötlemistoimingute kogum, mis järgneb andmete kogumisele (st toimub pärast andmete kogumist). Fashion ID kohtuotsuses viitab see termin töötlemistoimingutele, mida Facebook teeb pärast andmete edastamist ja mille puhul Fashion IDd ei tuleks käsitada kaasvastutava töötlejana (kuna ta ei osale tegelikult sellise töötlemise eesmärkide ja vahendite kindlaksmääramisel).
Hilisem töötlemine muul eesmärgil kui see, milleks isikuandmeid koguti, on lubatud ainult juhul, kui järgitakse isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõiget 4, mis käsitleb isikuandmete edasist töötlemist. Näiteks kui sidusjaemüüja kogub andmeid inimese koduse aadressi kohta, seisneb hilisem töötlemine selle teabe salvestamises või hilisemas kustutamises. Kui aga sidusjaemüüja otsustab hiljem neid isikuandmeid töödelda, et andmesubjekti profiili suunamise eesmärgil täiendada, tähendaks see isikuandmete edasist töötlemist

veebisaidi haldajal ei ole võimalik nende toimingute eesmärke ja vahendeid kindlaks määrata, sest ta on lisanud sotsiaalmooduli:

> „Seevastu näib nende andmete põhjal esmapilgul välistatud, et Fashion ID määrab kindlaks eesmärgid ja vahendid, mis on isikuandmete töötlemise hilisematel toimingutel, mida teeb Facebook Ireland pärast andmete talle edastamist, mistõttu ei saa Fashion IDd pidada […] tähenduses nende toimingute eest vastutavaks“[39].

38. Kaasvastutuse korral peavad vastutavad töötlejad vastavalt isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 26 lõikele 1 sõlmima kokkuleppe, millega määratakse läbipaistval viisil kindlaks nende vastavad kohustused isikuandmete kaitse üldmääruse järgimisel, eelkõige seoses andmesubjekti õiguste kasutamisega ja nende vastavate kohustustega esitada isikuandmete kaitse üldmääruse artiklites 13 ja 14 osutatud teavet.

39. Järgmistes punktides selgitatakse konkreetsete näidete abil suunajate ja sotsiaalmeediateenuse osutajate ülesandeid seoses erinevate suunamismehhanismidega. Erilist tähelepanu pööratakse eelkõige sellele, kuidas kohaldatakse selles kontekstis õiguspärasuse ja eesmärgi piiritlemise nõudeid. Seejärel analüüsitakse läbipaistvust, andmekaitsealaseid mõjuhinnanguid ja andmete eriliikide töötlemist käsitlevaid nõudeid. Lõpuks käsitletakse suunistes ka kaasvastutavate töötlejate kohustust sõlmida isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 26 kohane kokkulepe, võttes arvesse suunaja ja sotsiaalmeediateenuse osutaja vastutuse määra..

5 ERINEVATE SUUNAMISMEHHANISMIDE ANALÜÜS

5.1 Ülevaade

40. Sotsiaalmeedia kasutajad võidakse suunata esitatud, jälgitavate või kaudsete andmete ning nende kombinatsiooni alusel.

a) **Üksikisikute suunamine esitatud andmete alusel** – „esitatud andmed“ on teave, mille andmesubjekt on sotsiaalmeediateenuse osutajale ja/või suunajale ise esitanud[40]. Näiteks:

- sotsiaalmeedia kasutaja võib oma kasutajaprofiili kirjelduses märkida oma vanuse. Sotsiaalmeediateenuse osutaja omakorda võib võimaldada suunamist selle kriteeriumi alusel;
- suunaja võib kasutada teavet, mille andmesubjekt on talle esitanud, et suunata just nimelt seda konkreetset inimest näiteks kliendiandmete (nagu e-posti aadresside loetelu) abil, mida võrreldakse sotsiaalmeedia platvormil juba hoitavate andmetega, mis viib selleni, et reklaam suunatakse kõigile kasutajatele, kelle andmetes on kokkulangevus[41].

b) **Suunamine jälgitavate andmete alusel** – sotsiaalmeedia kasutajate suunamine võib toimuda ka jälgitavate andmete alusel[42]. Jälgitavad andmed on andmed, mida andmesubjekt esitab

---

isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõike 4 tähenduses, kuna see hõlmab töötlemist muul eesmärgil kui see, milleks neid algselt koguti.

[39] Kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Fashion ID, C-40/17, punkt 76.

[40] Artikli 29 alusel asutatud andmekaitse töörühm, suunised andmete ülekandmise õiguse kohta, WP 242 rev. 01, 5. aprill 2017, lk 10.

[41] Vt näiteks Baieri (Saksamaa) kõrgema halduskohtu otsus, Beschluss v.26.09.2018 – 5 CS 18.1157, www.gesetze-bayern.de/Content/Document/Y-300-Z-BECKRS-B-2018-N-25018.

[42] Oma arvamuses 2/2010 käitumispõhise internetireklaami kohta märkis artikli 29 alusel asutatud töörühm, et „[k]asutajaprofiilide loomisega seoses kasutatakse kaht peamist lähenemisviisi: a) prognoosivad profiilid luuakse

teenuse või seadme kasutamisel[43]. Näiteks võidakse konkreetset sotsiaalmeedia kasutajat suunata järgmise alusel:

- tema tegevus sotsiaalmeedia platvormil (nt sisu, mida kasutaja on jaganud, mida ta on vaadanud või mille ta on meeldivaks märkinud);
- selliste seadmete kasutamine, milles sotsiaalmeedia rakendust kasutatakse (nt GPS-koordinaadid, mobiiltelefoni number);
- andmed, mille kolmandast isikust rakenduse arendaja on saanud, kasutades sotsiaalmeediateenuse osutaja pakutavaid rakendusliideseid või tarkvaraarenduskomplekte;
- andmed, mis on kogutud kolmandate isikute veebisaitide kaudu, millele on paigaldatud sotsiaalmeedia pluginad või pikslid;
- andmed, mis on kogutud muude kolmandate isikute kaudu (isikud, kellega andmesubjekt on suhelnud, kellelt ta on ostnud toote või tellinud püsikliendikaarte jne), või
- sotsiaalmeediateenuse osutaja omandis olevate või tema hallatavate ettevõtete pakutavate teenuste kaudu kogutud andmed.

c) **Suunamine kaudsete andmete alusel** – „kaudsed andmed“ või „tuletatud andmed“ koostab vastutav töötleja andmesubjekti esitatud või vastutava töötleja poolt jälgimise teel saadud andmete põhjal [44]. Näiteks võib sotsiaalmeediateenuse osutaja või suunaja inimese internetikäitumise ja/või võrguühenduste põhjal järeldada, et ta on teatavast tegevusest või tootest tõenäoliselt huvitatud.

5.2 Suunamine esitatud andmete alusel

5.2.1 Andmed, mida kasutaja esitab sotsiaalmeediateenuse osutajale

41. Inimesed võivad sotsiaalmeediat kasutades ise enda kohta palju teavet avaldada. Sotsiaalmeedia kasutajakonto (ehk profiili) loomiseks tuleb avalikustada mitu elementi, näiteks nimi, sünniaeg, sugu, elukoht, keel jne. Olenevalt sotsiaalmeedia platvormi laadist võivad kasutajad lisada täiendavat teavet, nagu suhtestaatus, huvid või praegune töökoht. Sotsiaalmeediateenuse osutaja saab sotsiaalmeedia kasutajate esitatud isikuandmeid kasutada kriteeriumide väljatöötamiseks, mis võimaldab suunajal saata sotsiaalmeedia kasutajatele konkreetseid sõnumeid.

Näide 1

Ettevõtja X müüb meestekingi ja soovib edendada oma talvise kollektsiooni müüki. Ta soovib reklaamikampaania suunata 30–45-aastastele meestele, kes on oma sotsiaalmeedia profiilis märkinud, et on vallalised. Ta kasutab sotsiaalmeediateenuse osutaja pakutavaid asjakohaseid suunamiskriteeriume parameetritena, mille alusel teeb kindlaks sihtrühma, kellele tema reklaami

üksikute kasutajate ja kasutajate rühma kollektiivsest käitumisest aja jooksul tehtud järelduste põhjal, eelkõige jälgides külastatud veebilehti ning vaadatud või klõpsatud reklaame; b) otsesed profiilid luuakse isikuandmetest, mille andmesubjektid ise veebiteenusele annavad, näiteks registreerumisel“ (artikli 29 alusel asutatud andmekaitse töörühm, arvamus 2/2010 käitumispõhise internetireklaami kohta, WP 171, lk 7).

[43] Artikli 29 alusel asutatud andmekaitse töörühm, suunised andmete ülekandmise õiguse kohta, WP 242 rev. 01, 5. aprill 2017, lk 10.

[44] Samas.

tuleks kuvada. Peale selle märgib suunaja, et reklaami tuleks sotsiaalmeedia kasutajatele kuvada sotsiaalmeediateenuse kasutamise ajal kell 17.00–20.00. Selleks et sotsiaalmeedia kasutajaid oleks võimalik konkreetsete kriteeriumide alusel suunata, on sotsiaalmeediateenuse osutaja eelnevalt kindlaks määranud, millist liiki isikuandmeid kasutatakse suunamiskriteeriumide väljatöötamiseks ja milliseid suunamiskriteeriume pakutakse. Sotsiaalmeediateenuse osutaja edastab teatava statistilise teabe ka pärast reklaamide kuvamist sihtrühmale (nt selleks, et anda teada reklaamile reageerinud inimeste demograafilisest taustast).

A. Ülesanded

42. Esimeses näites osalevad isikuandmete töötlemise eesmärgi ja vahendite kindlaksmääramisel nii suunaja kui ka sotsiaalmeediateenuse osutaja. Selle tulemusena kuvatakse sihtrühmale reklaam.

43. Mis puudutab *eesmärgi* kindlaksmääramist, siis määravad ettevõtja X ja sotsiaalmeediateenuse osutaja koos kindlaks töötlemise eesmärgi, mis on konkreetse reklaami kuvamine inimestele (käesoleval juhul sotsiaalmeedia kasutajatele), kes moodustavad sihtrühma, valides välja nende kasutajatega seotud kättesaadavad suunamiskriteeriumid, et jõuda tõenäoliselt huvitatud rühmani ja pakkuda talle asjakohasemat reklaamisisu. Lisaks tekib samast töötlemistoimingust ka vastastikune kasu, mis on täiendav näitaja selle kohta, et asjaomase ettevõtja X ja sotsiaalmeediateenuse osutaja taotletavad eesmärgid on lahutamatult seotud[45].

44. Mis puudutab *vahendite* kindlaksmääramist, siis määravad suunaja ja sotsiaalmeediateenuse osutaja ühiselt kindlaks vahendid, mille tulemus on suunamine. Suunaja osaleb vahendite kindlaksmääramisel, otsustades kasutada sotsiaalmeediateenuse osutaja pakutavaid teenuseid [46] ja paludes, et teenuseosutaja suunaks sihtrühma teatavate kriteeriumide alusel (st vanusevahemik, suhtestaatus, kuvamise aeg)[47]. Seda tehes määrab suunaja kindlaks kriteeriumid, mille alusel suunamine toimub, ja piiritleb isikute kategooriad, kelle isikuandmeid hakatakse kasutama. Sotsiaalmeediateenuse osutaja omakorda on otsustanud töödelda oma kasutajate isikuandmeid nii, et selle tulemusel töötatakse välja suunamiskriteeriumid, mille ta teeb kättesaadavaks suunajale[48]. Selleks on sotsiaalmeediateenuse osutaja teinud teatavad otsused töötlemise oluliste vahendite kohta, näiteks selle kohta, milliseid

[45] Vt Euroopa Andmekaitsenõukogu suunised 7/2020 isikuandmete kaitse üldmääruses sätestatud vastutava töötleja ja volitatud töötleja mõiste kohta („Kui üksuste eesmärk töötlemisel ei ole sama, võib Euroopa Liidu Kohtu praktikat silmas pidades sedastada kaasvastutuse olemasolu lisaks ka siis, kui asjaomased üksused taotlevad eesmärke, mis on omavahel tihedalt seotud või vastastikku täiendavad. Nii võib see olla näiteks juhul, kui samast töötlemistoimingust saadakse vastastikust kasu, tingimusel et iga asjaomane üksus osaleb asjaomase töötlemistoimingu eesmärkide ja vahendite kindlaksmääramisel.“).

[46] Vt Euroopa Andmekaitsenõukogu suunised 7/2020 isikuandmete kaitse üldmääruses sätestatud vastutava töötleja ja volitatud töötleja mõiste kohta („Lisaks tähendab üksuse tehtud valik kasutada oma eesmärkide täitmiseks teise üksuse väljatöötatud vahendit või muud süsteemi, mis võimaldab isikuandmete töötlemist, tõenäoliselt nende üksuste ühist otsust asjaomase töötlemise vahendite kohta. See tuleneb Fashion ID kohtuasjast, milles Euroopa Liidu Kohus jõudis järeldusele, et Facebooki poolt veebisaidi haldajatele kättesaadavaks tehtud Facebooki „meeldib“-nupu lisamisega on Fashion ID avaldanud otsustavat mõju toimingutele, mis hõlmavad tema veebisaidi külastajate isikuandmete kogumist ja edastamist Facebookile, ja seega määras ta asjaomase töötlemise vahendid kindlaks koos Facebookiga.“).

[47] Vt selle kohta kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Wirtschaftsakademie, C-210/16, ECLI:EU:C:2018:388, punkt 39.

[48] Vt sellega seoses ka kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Fashion ID, C-40/17, punkt 80: „kusjuures selliseid töötlemistoiminguid tehakse nii Fashion ID kui ka Facebook Irelandi majanduslikes huvides, kuivõrd Facebook Irelandi jaoks kujutab asjaolu, et tal on võimalik need andmed saada omaenda kaubanduslike eesmärkide jaoks, endast vastutasu Fashion ID-le pakutava eelise eest“.

andmekategooriaid töödeldakse, milliseid suunamiskriteeriume pakutakse ja kellel on juurdepääs (mis liiki) isikuandmetele, mida konkreetse suunamiskampaania raames töödeldakse[49].

45. Täielikkuse huvides märgib Euroopa Andmekaitsenõukogu, et sotsiaalmeediateenuse osutaja ei ole isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 4 punktis 8 määratletud volitatud töötleja.[50] Esimeses näites võib sotsiaalmeediateenuse osutaja kasutada suunamiskriteeriume, mille ta on kasutajate isikuandmete põhjal välja töötanud, tulevastes töötlemistoimingutes, mis näitab, et teda ei käsitada volitatud töötlejana. Lisaks paistab, et sotsiaalmeediateenuse osutaja ei töötle andmeid üksnes ettevõtja X nimel ja tema juhiste kohaselt.

46. Suunaja ja sotsiaalmeediateenuse osutaja kaasvastutus hõlmab üksnes neid töötlemistoiminguid, mille eesmärgid ja vahendid nad ühiselt kindlaks määravad. See laieneb isikuandmete töötlemisele, mis tuleneb asjakohaste suunamiskriteeriumide valimisest ja reklaami kuvamisest sihtrühmale. Samuti hõlmab see isikuandmete töötlemist sotsiaalmeediateenuse osutaja poolt, et teavitada suunajat suunamiskampaania tulemustest. Samas ei laiene kaasvastutus toimingutele, mis hõlmavad isikuandmete töötlemist muudes etappides, mida tehakse enne asjakohaste suunamiskriteeriumide valimist või pärast suunamise ja aruandluse lõpuleviimist (nt uute suunamiskriteeriumide väljatöötamine sotsiaalmeediateenuse osutaja poolt lõpule viidud suunamiskampaaniate põhjal) ning mille eesmärkide ja vahendite kindlaksmääramisel suunaja ei osalenud. Samuti ei osale sotsiaalmeediateenuse osutaja põhimõtteliselt suunamiskampaania kavandamise etapis enne hetke, millal suunaja võtab sotsiaalmeediateenuse osutajaga ühendust[51].

47. Eespool esitatud analüüs jääb samaks isegi siis, kui suunaja määrab kindlaks üksnes oma sihtrühma parameetrid ja tal puudub juurdepääs mõjutatud kasutajate isikuandmetele. Selleks et sama töötlemise eest oleksid kaasvastutavad mitu osalejat, ei ole nõutav, et igaühel neist oleks juurdepääs asjaomastele isikuandmetele[52]. Euroopa Andmekaitsenõukogu tuletab meelde, et tegelik juurdepääs isikuandmetele ei ole kaasvastutuse eeltingimus[53].

B. Õiguslik alus

48. Kaasvastutavate töötlejatena peavad mõlemad pooled (sotsiaalmeediateenuse osutaja ja suunaja) suutma tõendada, et olemas on õiguslik alus (isikuandmete kaitse üldmääruse artikkel 6), mis põhjendab iga kaasvastutava töötleja vastutusalas olevat isikuandmete töötlemist. Euroopa Andmekaitsenõukogu tuletab meelde, et isikuandmete kaitse üldmääruses sätestatud eri õiguslikel alustel ei ole kindlat hierarhiat: vastutav töötleja peab tagama, et valitud õiguslik alus vastab kõnealuse töötlemistoimingu eesmärgile ja kontekstile. Asjakohase õigusliku aluse määramisel tuleb arvesse võtta õigluse ja eesmärgi piiritlemise põhimõtteid[54].

49. Üldiselt on kaks õiguslikku alust, mis võivad põhjendada sotsiaalmeedia kasutajate suunamist toetavat andmetöötlust: andmesubjekti nõusolek (isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõike 1 punkt a) või

[49] Vt arvamus 1/2010.

[50] Vt Euroopa Andmekaitsenõukogu suunised 7/2020 isikuandmete kaitse üldmääruses sätestatud vastutava töötleja ja volitatud töötleja mõiste kohta.

[51] Vt ka kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Fashion ID, C-40/17, punkt 74 („seda füüsilist või juriidilist isikut [ei saa] pidada nimetatud sätte tähenduses vastutavaks töötlemisahela eelnevate ega järgnevate etappide eest, mille eesmärke ega vahendeid ta kindlaks ei määra“) ja punkt 101.

[52] Kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Wirtschaftsakademie, C-210/16, ECLI:EU:C:2018:388, punkt 38; kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Jehovah’s Witnesses, C-25/17, ECLI:EU:C:2018:551, punkt 69.

[53] Euroopa Liidu Kohtu 10. juuli 2018. aasta otsus (C-25/17, punktid 68–72).

[54] Vt 8. oktoobri 2019. aasta suuniste 2/2019 (isikuandmete töötlemise kohta isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõike 1 punkti b alusel seoses andmesubjektidele internetipõhiste teenuste osutamisega) punkt 18, versioon 2.0, kättesaadav aadressil https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_guidelines-art_6-1-b-adopted_after_public_consultation_et.pdf.

õigustatud huvi (isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõike 1 punkt f). Vastutav töötleja peab alati kaaluma, milline on konkreetses olukorras sobiv õiguslik alus. Mis puudutab sotsiaalmeediateenuse osutajaid, siis isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõike 1 punkt b ei saa olla internetireklaami õiguslik alus lihtsalt seetõttu, et reklaamiga rahastatakse kaudselt teenuse osutamist.[55] Sama kehtib suunaja kohta, sest sotsiaalmeedia kasutajate suunamist ei saa pidada ühegi teenuse olemuslikuks aspektiks või kasutajaga sõlmitud lepingu täitmiseks vajalikuks[56]. Kuigi sisu personaliseerimine võib teatavatel asjaoludel olla teatavate internetipõhiste teenuste olemuslik ja eeldatav element,[57] on isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõike 1 punkt b sotsiaalmeedia kasutajate suunamise kontekstis vaevalt kohaldatav, mida illustreerivad käesolevates suunistes esitatud näited[58].

50. Mis puudutab õigustatud huvi kui töötlemise seaduslikku alust, siis tuletab Euroopa Andmekaitsenõukogu meelde, et Euroopa Liidu Kohus kordas Fashion ID kohtuotsuses, et selleks, et töötlemise alus võiks olla õigustatud huvi, peavad olema täidetud kolm kumulatiivset tingimust, nimelt[59] i) vastutaval töötlejal või andmeid saaval kolmandal isikul on õigustatud huvi, ii) isikuandmete töötlemine on vajalik õigustatud huvi teostamiseks ja iii) tingimusel, et selliseid huve ei kaalu üles kaitstava andmesubjekti põhiõigused ja -vabadused. Ka märkis Euroopa Liidu Kohus, et kaasvastutuse olukorras „on vaja, et kumbki vastutav isik teeniks töötlemistoimingutega […] õigustatud huvi, selleks et need toimingud oleksid tema puhul põhjendatud“[60].

51. Esimese näite puhul võib suunaja leida, et tema õigustatud huvi on majanduslik huvi suurendada oma kaupade reklaamimist suunamise abil sotsiaalmeedias. Sotsiaalmeediateenuse osutaja võiks leida, et tema õigustatud huvi seisneb selles, et reklaamipinda müües muudetakse sotsiaalmeediateenus kasumlikuks. See, kas suunaja ja sotsiaalmeediateenuse osutaja saavad tugineda õigusliku alusena isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõike 1 punktile f, sõltub sellest, kas kõik kolm kumulatiivset tingimust on täidetud, nagu Euroopa Liidu Kohus on hiljuti korranud. Isegi kui suunaja ja sotsiaalmeediateenuse osutaja leiavad, et nende majanduslikud huvid on õigustatud, ei tähenda see tingimata, et nad saavad ka tegelikult tugineda isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõike 1 punktile f.

52. Tasakaalustatuse kriteeriumi teisest osast tuleneb, et kaasvastutavad töötlejad peavad tõendama, et töötlemine on nende õigustatud huvide teostamiseks vajalik. Tingimus „vajalik“ eeldab seost töötlemise ja taotletavate huvide vahel. Vajalikkuse nõue on iseäranis asjakohane artikli 6 lõike 1 punkti f kohaldamisel, tagamaks, et õigustatud huvidel põhinev andmetöötlus ei viiks andmete töötlemise vajalikkuse liiga laia tõlgendamiseni. Nagu teistelgi juhtudel tähendab see, et tuleb kaaluda, kas sama eesmärgi saavutamiseks on võimalik kasutada teisi, vähem sekkuvaid vahendeid[61].

---

[55] Vt 8. oktoobri 2019. aasta suuniste 2/2019 (isikuandmete töötlemise kohta isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõike 1 punkti b alusel seoses andmesubjektidele internetipõhiste teenuste osutamisega) punktid 52 ja 53, versioon 2.0, kättesaadav aadressil https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_guidelines-art_6-1-b-adopted_after_public_consultation_et.pdf.

[56] Vajadus puuduks, kui suunaja pöörduks sotsiaalmeediateenuse osutaja poole, hoolimata otsesest lepingulisest suhtest kliendiga ja seega otsese reklaami võimalusest.

[57] Vt 8. oktoobri 2019. aasta suuniste 2/2019 (isikuandmete töötlemise kohta isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõike 1 punkti b alusel seoses andmesubjektidele internetipõhiste teenuste osutamisega) lk 15, versioon 2.0, kättesaadav aadressil https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_guidelines-art_6-1-b-adopted_after_public_consultation_et.pdf.

[58] Suunised 2/2019 isikuandmete töötlemise kohta isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõike 1 punkti b alusel seoses andmesubjektidele internetipõhiste teenuste osutamisega, punkt 57.

[59] Kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, *Fashion ID*, 29. juuli 2019, C-40/17, ECLI:EU:C:2019:629, punkt 95.

[60] Samas, punkt 97.

[61] Artikli 29 alusel asutatud andmekaitse töörühma 9. aprilli 2014. aasta arvamus 06/2014 andmete vastutava töötleja õigustatud huvide mõiste kohta direktiivi 95/46/EÜ artikli 7 tähenduses, WP 217, lk 29.

53. Kolmas samm selle hindamisel, kas suunaja ja sotsiaalmeediateenuse osutaja saavad isikuandmete töötlemisel tugineda isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõike 1 punktile f, on tasakaalustamine, mis on vajalik selleks, et teha kindlaks, kas andmesubjekti huvid või põhiõigused ja -vabadused kaaluvad üles asjaomase õigustatud huvi[62].

54. Euroopa Andmekaitsenõukogu tuletab meelde, et juhtudel, kui vastutav töötleja kavatseb tugineda õigustatud huvile, tuleb hoolikalt arvesse võtta läbipaistvuse tagamise kohustust ja vastuväidete esitamise õigust. Andmesubjektidele tuleks anda võimalus esitada vastuväiteid oma andmete sihipärasele töötlemisele enne töötlemise alustamist. Sotsiaalmeedia kasutajatele tuleks anda nii võimalus esitada vastuväiteid suunatud reklaami kuvamisele platvormile sisenedes kui ka kontrollivahendid, millega tagatakse, et tema isikuandmete aluseks olev töötlemine, mille eesmärk on suunamine, ei jätku enam pärast seda, kui ta on vastuväiteid esitanud.

55. Õigustatud huvile tugineda sooviv suunaja peaks omalt poolt tegema üksikisikutele lihtsaks vastuväidete eelneva esitamise seoses sotsiaalmeedia kasutamisega suunamise eesmärgil. Kui aga suunajal puudub igasugune otsene suhtlus andmesubjektiga, peaks suunaja tagama vähemalt selle, et sotsiaalmeedia platvorm annab andmesubjektile vahendid, mille abil saab andmesubjekt tõhusalt kasutada oma õigust eelnevalt vastuväiteid esitada. Suunaja ja sotsiaalmeediateenuse osutaja peaksid kaasvastutavate töötlejatena selgitama, kuidas ühise korralduse kontekstis toetatakse üksikisikute õigust esitada vastuväiteid (ja muid õigusi) (vt punkt 6). Kui tasakaalustamise käigus ilmneb, et andmesubjekti huvid või põhiõigused ja -vabadused kaaluvad üles sotsiaalmeediateenuse osutaja ja suunaja õigustatud huvi, ei ole artikli 6 lõike 1 punkti f kasutamine võimalik.

56. Mis puudutab nõusolekut kui õiguslikku alust, siis peab vastutav töötleja meeles pidama, et ilmselgelt esineb olukordi, kus töötlemine ei oleks asjaomaste isikute kehtiva nõusolekuta seaduslik (isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõike 1 punkt a). Näiteks on artikli 29 alusel asutatud töörühm varem leidnud, et vastutavatel töötlejatel oleks keeruline põhjendada õigustatud huvide kasutamist turunduse või reklaami eesmärgiga sekkuvate profiilianalüüsi ja jälgimise tavade õigusliku alusena, näiteks kui tava hõlmab üksikisikute jälgimist seoses mitme veebisaidi, asukoha, seadme ja teenusega või andmete vahendamist[63].

57. Selleks et isikuandmete töötlemiseks saadud nõusolek kehtiks, peab see vastama isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 4 punktis 11 ja artiklis 7 sätestatud tingimustele. Üldjuhul võib nõusolek olla asjakohane õiguslik alus ainult siis, kui andmesubjektile võimaldatakse kontrolli oma andmete kasutamise üle ja tõelist valikuvõimalust. Kui nõusolek on osa mitteläbiräägitavatest tingimustest, ei peeta seda vabatahtlikult antuks. Nõusolek peab olema ka konkreetne, teadlik ja ühemõtteline ning

[62] Kui hinnatakse mõju asjaomase isiku huvidele, põhiõigustele ja -vabadustele, on sotsiaalmeedia kasutajate suunamise kontekstis eriti asjakohased järgmised kaalutlused: i) suunamise eesmärgid, ii) kasutatud suunamiskriteeriumide üksikasjalikkuse tase (nt laias laastus kirjeldatud kohort, näiteks „inglise kirjandusest huvitatud inimesed“, või üksikasjalikumad kriteeriumid, mis võimaldavad segmenteerimist ja suunamist üksikasjalikumal tasandil; iii) kasutatud suunamiskriteeriumide liik (ja kombinatsioon) (st kas suunamine keskendub mõnele andmesubjektiga seotud väikesele aspektile või on terviklikum) ning iv) suunamiskriteeriumide väljatöötamiseks kasutatud andmete laad (tundlikkus), maht ja allikas. Vt artikli 29 alusel asutatud andmekaitse töörühma 9. aprilli 2014. aasta arvamus 06/2014 andmete vastutava töötleja õigustatud huvide mõiste kohta direktiivi 95/46/EÜ artikli 7 tähenduses, WP 217 https://ec.europa.eu/justice/Article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2014/wp217_et.pdf.

[63] Artikli 29 alusel asutatud andmekaitse töörühma arvamus profiilianalüüsi ja automatiseeritud otsuste tegemise kohta, WP 251, rev. 01, lk 15, vt ka artikli 29 alusel asutatud andmekaitse töörühma arvamus õigustatud huvi kohta, lk 32 ja 48: „Üldiselt ei ole ettevõtte õigustatud huvi ja kasutajate põhiõiguste kaitse tasakaalus ning töötlemise õigusliku alusena ei tohiks kasutada artikli 7 punkti f. Asjakohane alus oleks artikli 7 punkt a, eeldusel et kehtiva nõusoleku tingimused on täidetud.“

andmesubjektil peab olema võimalik ilma kahju kandmata nõusoleku andmisest keelduda või see tagasi võtta[64].

58. Nõusoleku andmist (isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõike 1 punkt a) võib kavandada tingimusel, et kõik kehtiva nõusoleku nõuded on täidetud. Euroopa Andmekaitsenõukogu tuletab meelde, et nõusoleku saamine ei vabasta vastutavat töötlejat mingil moel kohustusest järgida töötlemispõhimõtteid, mis on sätestatud isikuandmete kaitse üldmääruses, eriti selle artiklis 5 seoses õigluse, vajalikkuse ja proportsionaalsusega, ega kohustusest tagada andmete kvaliteet, ega vähenda neid kohustusi mingil moel. Isegi kui isikuandmete töötlemine põhineb andmesubjekti nõusolekul, ei muudaks see ebaproportsionaalset või ebaõiglast suunamist seaduslikuks[65].

59. Euroopa Andmekaitsenõukogu on ka seisukohal, et esimeses näites kirjeldatud isikuandmete töötlemist ei saa artikli 6 lõike 1 punkti b alusel põhjendada ei sotsiaalplatvorm ega suunaja[66].

5.2.2 Andmed, mida sotsiaalmeedia platvormi kasutaja esitab suunajale

60. Suunamiseks võidakse kasutada ka andmeid, mida andmesubjekt esitab suunajale, kes seejärel kasutab kogutud andmeid andmesubjekti suunamiseks sotsiaalmeedias. Näiteks „nimekirjapõhise“ suunamisega on tegemist siis, kui suunaja laadib üles olemasolevad isikuandmete loetelud (näiteks e-posti aadressid või telefoninumbrid), et sotsiaalmeediateenuse osutaja võrdleks neid platvormil oleva teabega. Sellisel juhul võrdleb sotsiaalmeediateenuse osutaja suunaja üles laaditud andmeid kasutajate andmetega, mis on juba tema valduses, ning sihtrühma (s.o nende isikute „klaster“, kellele reklaami sotsiaalmeedia platvormil kuvatakse) lisatakse või sealt jäetakse välja kõik kokkulangevusega kasutajad. Sotsiaalmeediateenuse osutaja võib samuti lubada suunajal nimekirja enne selle lõplikku vormistamist „kontrollida“, mis tähendab, et teatav töötlemine toimub juba enne sihtrühma koostamist.

Näide 2

Proua Jones võtab ühendust pangaga X kohtumise kokkuleppimiseks, et rääkida võimalikust hüpoteegist, kuna ta ostab maja. Ta võtab pangaga ühendust e-posti teel. Pärast kohtumist otsustab Jones, et ei hakka panga kliendiks. Sellegipoolest lisas pank Jonesi e-posti aadressi oma klientide e-posti aadresside andmebaasi. Seejärel kasutab pank e-posti andmebaasi, lubades sotsiaalmeediateenuse osutajal võrrelda tema valduses olevate e-posti aadresside loetelu sotsiaalmseedia platvormil olevate e-posti aadressidega, et suunata kõik finantsteenused sotsiaalmeedia platvormil asjaomastele isikutele.

Näide 3

Härra Lopez on olnud panga X klient peaaegu aasta. Kliendiks saades esitas ta pangale X e-posti aadressi ja pank teavitas teda andmete kogumise ajal, et a) tema e-posti aadressi hakatakse kasutama nende pangateenustega seotud pakkumiste reklaamimiseks, mida ta juba kasutab, ja b) ta võib sellisele töötlemisele igal ajal vastuväiteid esitada. Pank lisas tema e-posti aadressi oma klientide e-posti

[64] Vt artikli 29 alusel asutatud andmekaitse töörühma suunised määruse (EL) 2016/679 kohase nõusoleku kohta, WP 259 rev. 01.

[65] Vt artikli 29 alusel asutatud andmekaitse töörühma suunised määruse (EL) 2016/679 kohase nõusoleku kohta, WP 259 rev. 01, lk 3–4.

[66] Vt 8. oktoobri 2019. aasta suunised 2/2019 isikuandmete töötlemise kohta isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõike 1 punkti b alusel seoses andmesubjektidele internetipõhiste teenuste osutamisega, versioon 2.0, kättesaadav aadressil https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_guidelines-art_6-1-b-adopted_after_public_consultation_et.pdf.

aadresside andmebaasi. Hiljem kasutab pank e-posti andmebaasi, et suunata oma klientidele sotsiaalmeedia platvormil kõiki tema valikus olevaid finantsteenuseid[67].

A. Ülesanded

61. Nendes näidetes tegutseb suunaja, st pank, vastutava töötlejana, sest ta määrab kindlaks töötlemise eesmärgid ja vahendid, kogudes ja töödeldes asjaomaste isikute isikuandmeid ning edastades need aktiivselt sotsiaalmeediateenuse osutajale reklaami eesmärgil. Sotsiaalmeediateenuse osutaja tegutseb omakorda vastutava töötlejana, sest ta on otsustanud kasutada sotsiaalmeedia kasutajalt saadud isikuandmeid (st e-posti aadressi, mis on esitatud kasutajakonto loomisel), et võimaldada suunajal kuvada reklaami konkreetsetest inimestest koosnevale sihtrühmadele.

62. Kaasvastutus on olemas töötlemistoimingute puhul, mille eesmärgid ja vahendid määravad sotsiaalmeedia pakkuja ja suunaja kindlaks ühiselt; käesoleval juhul on need toimingud sihtrühmaga seotud kordumatute tunnuste üleslaadimine, andmete võrdlemine, suunamiskriteeriumide valimine ja seejärel reklaami kuvamine, samuti suunamiskampaaniaga seotud aruandlus[68].

63. Mõlemas näites tegutseb vastavalt Jonesi ja Lopezi e-posti aadresside esmakordsel kogumisel ainsa vastutava töötlejana pank. Sotsiaalmeediateenuse osutaja ei osale kuidagi selle kogumise vahendite ja eesmärkide kindlaksmääramisel. Kaasvastutus algab isikuandmete edastamisega ja nende samaaegse kogumisega sotsiaalmeediateenuse osutaja poolt. See jätkub kogu suunatud reklaami kuvamise vältel (enamikul juhtudel), kuni järgnev aruandlusetapp on lõpule viidud. Mõnikord võib kaasvastutust veelgi pikendada, isegi kuni andmete kustutamise etapini, kui suunaja osaleb jätkuvalt eesmärkide ja vahendite kindlaksmääramisel.

64. Põhjus, miks pank tegutseb vastavalt Jonesilt ja Lopezilt e-posti aadresside kogumisel ainsa vastutava töötlejana, on see, et andmete kogumine toimub enne suunamiskampaaniat (ega ole sellega lahutamatult seotud). Seetõttu tuleb kõnealusel juhul eristada töötlemistoimingute esialgset kogumit, mille puhul on vastutav töötleja ainult pank, ja järgnevat töötlemist, mille puhul on olemas kaasvastutus. Panga vastutus ei laiene toimingutele, mida tehakse pärast suunamise ja aruandluse lõppu ning mille eesmärkide ja vahendite kindlaksmääramisel ei ole suunaja osalenud ning mille puhul sotsiaalmeediateenuse osutaja tegutseb ainsa vastutava töötlejana.

B. Õiguslik alus

65. Teises näites (Näide 2) ei anna isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõike 1 punkt f asjakohast õiguslikku alust, mis põhjendaks käesoleval juhul isikuandmete töötlemist, võttes arvesse konteksti, milles isikuandmed esitati. Jones võttis pangaga ühendust üksnes selleks, et leppida kokku kohtumine, mille järel ta teatas, et ei kavatse panga pakutavaid teenuseid kasutada. Seega võib sedastada, et

[67] Olukordades, kus kasutajatele otseturundusreklaami saatmiseks kasutatakse e-posti aadresse, peavad vastutavad töötlejad võtma arvesse ka e-privaatsuse direktiivi artikli 13 sätteid. .

[68] Suunaja ja sotsiaalmeediateenuse osutaja töötlemiseesmärkide ja -vahendite kindlaksmääramine on esimese näitega sarnane (kuigi mitte identne). Laadides üles e-posti aadresside loetelu ja kehtestades täiendavad suunamiskriteeriumid, määrab suunaja kindlaks kriteeriumid, mille alusel suunamine toimub, ja piiritleb isikute kategooriad, kelle isikuandmeid hakatakse kasutama. Ka määrab sotsiaalmeediateenuse osutaja, kelle isikuandmeid töödeldakse, otsustades, milliseid andmekategooriaid töödeldakse, milliseid suunamiskriteeriume pakutakse ja kellel on juurdepääs (mis liiki) isikuandmetele, mida konkreetse suunamiskampaania raames töödeldakse. Nende töötlemistoimingute ühine eesmärk sarnaneb esimeses näites kindlaks tehtud eesmärgiga, mis on teatava reklaami kuvamine üksikisikute rühmale (käesoleval juhul sotsiaalmeedia kasutajatele), kes moodustavad sihtrühma.

Jonesil ei ole põhjendatud ootust, et tema isikuandmeid kasutatakse suunamise eesmärgil („ümbersuunamine“). Lisaks annaks isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõike 4 kohane vastavuskontroll tõenäoliselt tulemuse, et selline töötlemine ei ole vastavuses eesmärgiga, milleks isikuandmeid algselt koguti.

66. Kolmandas näites võib suunajal olla võimalik tugineda töötlemise põhjendamiseks õigustatud huvile, võttes muu hulgas arvesse, et a) Lopezi teavitati asjaolust, et tema e-posti aadressi võidakse kasutada selliste teenuste reklaamimiseks sotsiaalmeedias, mis on seotud andmesubjekti kasutatava teenusega; b) reklaamitakse teenuseid, mis sarnanevad Lopezile osutatavate teenustega, ja c) Lopezile anti ajal, mil pank isikuandmeid kogus, võimalus esitada töötlemisele vastuväiteid. Euroopa Andmekaitsenõukogu soovib siiski selgitada, et isikuandmete kaitse üldmääruse artiklites 13 ja 14 sätestatud teavitamiskohustuste täitmine ning sama määruse artikli 6 lõike 1 punkti f kohane huvide kaalumine on kaks erinevat kohustuste kogumit. Seetõttu ei ole isikuandmete kaitse üldmääruse artiklites 13 ja 14 sätestatud teavitamiskohustuste täitmine iseenesest veel läbipaistvusmeede, mida tuleb sama määruse artikli 6 lõike 1 punkti f kohasel huvide kaalumisel arvesse võtta.

5.3 Suunamine jälgitavate andmete alusel

67. Sotsiaalmeediateenuse osutajatel on oma kasutajate käitumise jälgimiseks palju võimalusi. Näiteks on jälgimine võimalik sotsiaalmeediateenuse enda kaudu, kuid jälgida saab ka välistel veebisaitidel sotsiaalmoodulite või pikslite abil.

Näide 4: pikslipõhine suunamine

Härra Schmidt sirvib veebilehti, et osta seljakott. Ta külastab veebisaiti ParimadKotid.com, vaatab mitut toodet, kuid otsustab, et ei osta midagi. Veebisaidi ParimadKotid.com haldaja soovib suunata sotsiaalmeedia kasutajaid, kes oma tema veebisaiti külastanud, kuid ei ole midagi ostnud. Selleks integreerib ta oma veebisaidile nn jälgimispiksli,[69] mille teeb kättesaadavaks sotsiaalmeediateenuse osutaja. Pärast veebisaidilt ParimadKotid.com lahkumist ja oma sotsiaalmeedia kontole sisselogimist hakkab Schmidt nägema nende seljakottide reklaami, mille ostmist ta veebisaidi ParimadKotid.com sirvimisel kaalus.

Näide 5: geosuunamine

Proua Michu on paigaldanud oma nutitelefoni sotsiaalmeediateenuse osutaja rakenduse. Ta jalutab puhkuse ajal Pariisis. Sotsiaalmeediateenuse osutaja kogub pidevalt teavet Michu asukoha kohta tema nutitelefoni GPS-funktsioonide kaudu, [70] kasutades selleks lubasid, mis anti talle rakenduse paigaldamise ajal. Michu peatub hotellis, mis asub pitsarestorani kõrval. Pitsarestoran kasutab sotsiaalmeediateenuse osutaja pakutavat geosuunamisfunktsiooni, et võtta sihtmärgiks inimesed, kes asuvad viimase kuue kuu jooksul esimest korda 1 km raadiuses restoranist. Kui Michu näeb nutitelefonis sotsiaalmeediateenuse osutaja rakendust avades pitsarestorani reklaami ja tunneb, et on näljane, otsustab ta osta pitsa selle veebisaidi kaudu.

[69] Jälgimispikslid koosnevad väikestest koodilõikudest, mis on suunaja veebisaidile integreeritud. Kui üksikisik külastab oma veebilehitsejas suunaja veebisaiti, saadab veebilehitseja sotsiaalmeediateenuse osutaja serverile automaatselt taotluse jälgimispiksli saamiseks. Kui jälgimispiksel on alla laaditud, saab sotsiaalmeediateenuse osutaja tavaliselt kasutaja seanssi (st isiku käitumist kõnealustel veebisaitidel) jälgida. Jälgitavaid andmeid võidakse kasutada näiteks sotsiaalmeedia kasutaja lisamiseks konkreetsesse sihtrühma.

[70] Ka sotsiaalmeediateenuse osutajal võib olla võimalik määrata oma kasutajate asukoht kindlaks muude andmepunktide, sealhulgas IP-aadressi ja mobiilseadmetelt saadud WiFi-teabe või kasutajalt saadud andmete põhjal (nt kui nad lisavad platvormil tehtud postitusse teabe oma asukoha kohta).

Näide 6

Proua Ghorbani loob sotsiaalmeedia platvormil kasutajakonto. Registreerimise käigus küsitakse temalt, kas ta nõustub oma isikuandmete töötlemisega, et näha oma sotsiaalmeedia lehel suunatud reklaami, tuginedes andmetele, mida ta esitab otse sotsiaalmeediateenuse osutajale (nt vanus, sugu ja asukoht), ning tuginedes tema tegevusele muudel veebisaitidel väljaspool sotsiaalmeedia platvormi (küpsiste abil). Ghorbanit teavitatakse sellest, et neid andmeid kogutakse sotsiaalmeedia moodulite või jälgimispikslite abi. Talle kirjeldatakse selgelt nii protsesse kui ka asjaolu, et suunamises osalevad teised üksused, kes on kaasvastutavad isikuandmete kaitse üldmääruse järgimise tagamise eest. Talle selgitatakse ka seda, et ta võib oma nõusoleku igal ajal tagasi võtta, ning talle antakse link isikuandmete kaitse põhimõtetele. Kuna Ghorbani on huvitatud suunatud reklaamist oma sotsiaalmeedia lehel, annab ta nõusoleku. Enne kui Ghorbani on nõusoleku andnud, reklaamküpsiseid ei paigaldata ja andmeid ei koguta.

Hiljem külastab ta veebisaiti Thelatesthotnews.com, kuhu on integreeritud sotsiaalmeedia nupp. Ekraani paremas servas on väike, kuid selgelt nähtav reklaamiriba, millel küsitakse Ghorbani nõusolekut tema isikuandmete edastamiseks sotsiaalmeediateenuse osutajale, kasutades küpsiseid ja sotsiaalmeedia mooduleid. Veebisaidi haldaja rakendas tehnilisi meetmed, et isikuandmeid ei edastataks sotsiaalmeedia platvormile enne, kui Ghorbani on selleks nõusoleku andnud.

5.3.1 Ülesanded

68. Neljandas näites (Näide 4) osalevad nii suunaja kui ka sotsiaalmeediateenuse osutaja isikuandmete töötlemise eesmärkide ja vahendite kindlaksmääramisel, mille tulemusel kuvatakse Schmidtile reklaam.

69. Mis puudutab eesmärgi kindlaksmääramist, siis määravad ParimadKotid.com ja sotsiaalmeediateenuse osutaja ühiselt kindlaks töötlemise eesmärgi, mis on näidata sotsiaalmeedia platvormil konkreetset reklaami inimestele, kes moodustavad sihtrühma. Piksli lisamisega oma veebisaidile avaldab ParimadKotid.com töötlemise vahenditele otsustavat mõju. Veebisaidi külastajate isikuandmete kogumist ja edastamist sotsiaalmeediateenuse osutajale ei oleks ilma selle piksli lisamiseta toimunud. Teisalt on sotsiaalmeediateenuse osutaja töötanud välja tarkvarakoodi (piksel), mis viib isikuandmete automaatse kogumise, sotsiaalmeediateenuse osutajale edastamise ja hindamiseni turunduseesmärkidel, ning ta pakub seda koodi. Selle tulemusena on olemas kaasvastutus isikuandmete kogumisel ja nende edastamisel pikslite abil, samuti seoses andmete võrdlemise ja hilisema reklaami kuvamisega Schmidtile sotsiaalplatvormil ning mis tahes aruandluse eest seoses suunamiskampaaniaga. Sarnastel põhjustel on kaasvastutus olemas ka kuuendas näites.

70. Viiendas näites avaldab pitsarestoran isikuandmete töötlemisele otsustavat mõju, määrates vastavalt oma ärivajadustele kindlaks reklaami suunamise parameetrid (nt pitsarestorani lahtiolekuajad ja pitsarestorani lähedal asuvate inimeste geograafilise asukoha määramine selles ajavööndis), mistõttu tuleb teda pidada andmete töötlemise eesmärkide ja vahendite kindlaksmääramisel osalejaks. Teisalt on sotsiaalmeediateenuse osutaja kogunud teavet Michu asukoha kohta (GPSi kaudu), eesmärgiga võimaldada sellist asukohapõhist suunatud reklaami. Selle tulemusena on olemas suunaja ja sotsiaalplatvormil kaasvastutus seoses Michu asukohaandmete kogumise ja analüüsimise ning reklaami kuvamisega, et suunata teda reklaamiga (isikuna, kes asub viimase kuue kuu jooksul esimest korda pitsarestoranist 1 km raadiuses).

5.3.2 Õiguslik alus

71. Esiteks, kuna neljandas, viiendas ja kuuendas näites on tegemist küpsiste kasutamisega, tuleb arvesse võtta e-privaatsuse direktiivi artikli 5 lõikest 3 tulenevaid nõudeid.

72. Sellega seoses tuleb märkida, et e-privaatsuse direktiivi artikli 5 lõikes 3 on sätestatud nõue, et kasutajatele antakse enne, kui nad annavad oma nõusoleku, selget ja arusaadavat teavet, muu hulgas andmete töötlemise eesmärgi kohta,[71] välja arvatud väga kitsad erandid[72]. Selge ja arusaadav teave võimaldab kasutajal hõlpsasti kindlaks määrata tema nõusoleku tagajärjed ja tagab, et see nõusolek oleks antud teadlikult[73]. Seega peab vastutav töötleja teavitama andmesubjekte kõigist töötlemise asjakohastest eesmärkidest, sealhulgas selliste isikuandmete hilisemast töötlemisest, mis on saadud lõppseadmes olevale teabele juurdepääsu kaudu.

73. Selleks et jälgimistehnoloogia rakendamiseks saadud nõusolek kehtiks, peab see vastama isikuandmete kaitse üldmääruse artiklis 7 sätestatud tingimustele[74]. Näiteks ei ole nõusolek kehtiv, kui küpsiste kasutamiseks antakse luba teenuseosutaja poolt eelnevalt märgistatud märkeruuduga, mille kasutaja peab nõusoleku andmisest keeldumiseks tühjendama[75]. Põhjendusele 32 tuginedes ei vasta veebilehel kerimine või libistamine või muu sarnane tegevus mingil tingimusel selge nõusolekut väljendava tegevuse nõudele: sellist tegevust võib olla keeruline eristada kasutaja muust tegevusest või suhtlusest ning seetõttu ei ole võimalik ka kindlalt väita, et on saadud ühemõtteline nõusolek. Lisaks on sellisel juhul raske pakkuda kasutajale võimalust võtta oma nõusolek tagasi sama lihtsalt, kui ta selle andis[76].

74. Iga (kaas)vastutav töötleja, kes soovib tugineda nõusolekule kui õiguslikule alusele, vastutab selle eest, et saadakse kehtiv nõusolek. Euroopa Liidu Kohus rõhutas Fashion ID kohtuotsuses, kui oluline on tagada andmesubjektide õiguste tõhus ja õigeaegne kaitse ning et nõusolekut ei tohiks anda üksnes hilisema töötlemisega seotud kaasvastutavale töötlejale. Enne töötlemist tuleb saada kehtiv nõusolek, mis tähendab, et (kaas)vastutavad töötlejad peavad hindama, millal ja kuidas teavet tuleks esitada ning nõusolek saada. Teisisõnu on küsimus, kes kaasvastutavatest töötlejatest peaks vastutama nõusoleku saamise eest, seotud selle kindlakstegemisega, kes neist tegeleb andmesubjektiga esimesena. Kuuendas näites peab sotsiaalmeediateenuse osutaja saama kehtiva nõusoleku enne reklaamiküpsiste paigutamist, sest küpsiste paigutamine ja isikuandmete töötlemine toimub kasutajakonto loomise ajal.

75. Euroopa Andmekaitsenõukogu tuletab ühtlasi meelde, et kui taotletavale nõusolekule kavatseb tugineda mitu (ühendatud) vastutavat töötlejat või kui andmed kavatsetakse edastada teistele vastutavatele töötlejatele või kui neid kavatsevad töödelda teised vastutavad töötlejad, kes soovivad tugineda algsele nõusolekule, tuleb nimetada kõikide nende organisatsioonide nimed[77]. Kuna kõik kaasvastutavad töötlejad ei ole ajal, mil sotsiaalmeediateenuse osutaja nõusolekut taotleb, teada, tuleb seda nõusolekut tingimata täiendada lisateabe ja nõusolekuga, mille on saanud sotsiaalmeedia plugina integreerinud veebisaidi haldaja (st kuuendas näites *Thelatesthotnews.com*).

---

[71] Kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Planet 49 Gmbh, C-673/17, punkt 73.
[72] Vt arvamus 5/2019, milles käsitletakse e-privaatsuse direktiivi ja isikuandmete kaitse üldmääruse koostoimet, eelkõige seoses andmekaitseasutuste pädevuse, ülesannete ja volitustega. Vt ka kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Fashion ID, C-40/17, punktid 89–91.
[73] Samas, punkt 74.
[74] Euroopa Andmekaitsenõukogu suunised 05/2020 määruse 2016/679 kohase nõusoleku kohta, versioon 1.1, lk 6.
[75] Kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Planet 49 Gmbh, C-637/17, punkt 57.
[76] Euroopa Andmekaitsenõukogu suunised 05/2020 määruse 2016/679 kohase nõusoleku kohta, versioon 1.1, lk 19.
[77] Euroopa Andmekaitsenõukogu suunised 05/2020 määruse 2016/679 kohase nõusoleku kohta, versioon 1.1, lk 16, punkt 65.

76. Euroopa Andmekaitsenõukogu rõhutab, et nõusolek, mille veebisaidi haldaja peaks hankima oma veebisaidi kaudu aktiveeritavate isikuandmete edastamiseks (lisades sotsiaalmooduli), on seotud üksnes isikuandmete töötlemise toimingu või toimingute kogumiga, mille eesmärgid ja vahendid ta tegelikult kindlaks määrab [78]. Veebisaidi haldaja, st veebisaidi Thelatesthotnews.com nõusoleku hankimine kuuendas näites ei vabasta sotsiaalmeediateenuse osutajat kohustusest tagada, et andmesubjekt on andnud kehtiva nõusoleku töötlemiseks, mille eest ta kaasvastutava töötlejana vastutab,[79] ja ka hilisemaks või lisatöötluseks, mille eesmärke ja vahendeid ei ole veebisaidi haldaja ühiselt kindlaks määranud (nt järgnev profiilianalüüs suunamise eesmärgil), ega vähenda neid kohustusi mingil moel.

77. Lisaks peab isikuandmete, sealhulgas küpsiste, sotsiaalmoodulite või pikslite abil saadud isikuandmete edasisel töötlemisel, et see oleks seaduslik, olema ka isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 kohane õiguslik alus[80]. Mis puudutab neljandas, viiendas ja kuuendas näites kirjeldatud töötlemise õigusliku alust, siis Euroopa Andmekaitsenõukogu leiab, et õigustatud huvi ei saa toimida asjakohase õigusliku alusena, kuna suunamine tugineb üksikisikute käitumise jälgimisele veebisaitidel ja asukohtades, kasutades jälgimistehnoloogiat[81].

78. Seetõttu on sellistel asjaoludel isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 kohaselt toimuva edasise töötlemise asjakohane õiguslik alus tõenäoliselt ka andmesubjekti nõusolek. Isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 järgimise hindamisel tuleks arvesse võtta, et isikuandmete töötlemine tervikuna hõlmab erilisi toiminguid, mille puhul on liidu seadusandja püüdnud pakkuda täiendavat kaitset[82]. Lisaks peavad vastutavad töötlejad võtma asjakohase õigusliku aluse kindlaksmääramisel arvesse mõju andmesubjektide õigustele, et järgida õigluse põhimõtet[83].

5.4 Suunamine kaudsete andmete alusel

79. Kaudsed andmed on andmed, mille vastutav töötleja on koostanud andmesubjekti esitatud andmete põhjal (olenemata sellest, kas need andmed saadi jälgimise teel või andmesubjekt esitas need aktiivselt ise või saadi need mõlemal viisil)[84]. Andmesubjektide kohta saab kaudseid andmeid koostada nii sotsiaalmeediateenuse osutaja kui ka suunaja.

80. Näiteks jälgides sotsiaalmeedia kasutajate käitumist pika aja jooksul nii sotsiaalmeedias kui ka väljaspool seda (nt külastatud lehed, igale leheküljele kulutatud aeg, selle lehele tagasipöördumiste arv, otsitud sõnad, kasutatud hüperlingid, meeldivaks märkimised), võib sotsiaalmeediateenuse osutajal olla võimalik teha järeldusi sotsiaalmeedia kasutaja huvide ja muude omaduste kohta.

[78] Kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, *Fashion ID*, 29. juuli 2019, C-40/17, ECLI:EU:C:2019:629, punktid 100–101.
[79] See kehtib seda enam, et enamiku suunamisvahendite puhul teeb kasutaja terminalis lugemis-/kirjutamistoiminguid sotsiaalmeedia platvorm, sest see kogub isikuandmeid suunatud reklaami eesmärgil. Seetõttu vastutab kehtiva nõusoleku saamise eest sotsiaalmeediateenuse osutaja.
[80] Arvamus 5/2019, milles käsitletakse e-privaatsuse direktiivi ja isikuandmete kaitse üldmääruse koostoimet, eelkõige seoses andmekaitseasutuste pädevuse, ülesannete ja volitustega, punkt 41.
[81] Artikli 29 alusel asutatud andmekaitse töörühma arvamus profiilianalüüsi ja automatiseeritud otsuste tegemise kohta, WP 251, rev. 01, lk 15, vt ka artikli 29 alusel asutatud andmekaitse töörühma arvamus õigustatud huvi kohta, lk 32 ja 48: „Üldiselt ei ole ettevõtte õigustatud huvi ja kasutajate põhiõiguste kaitse tasakaalus ning töötlemise õigusliku alusena ei tohiks kasutada artikli 7 punkti f. Asjakohane alus oleks artikli 7 punkt a, eeldusel et kehtiva nõusoleku tingimused on täidetud“.
[82] Arvamus 5/2019, milles käsitletakse e-privaatsuse direktiivi ja isikuandmete kaitse üldmääruse koostoimet, eelkõige seoses andmekaitseasutuste pädevuse, ülesannete ja volitustega, punkt 41.
[83] Euroopa Andmekaitsenõukogu, suunised 2/2019 (isikuandmete töötlemise kohta isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõike 1 punkti b alusel seoses andmesubjektidele internetipõhiste teenuste osutamisega, versioon 2.0, 8. oktoober 2019, punkt 1.
[84] Vt ka artikli 29 alusel asutatud andmekaitse töörühm, suunised andmete ülekandmise õiguse kohta, WP 242 rev. 01, 5. aprill 2017, lk 10.

Samamoodi võib suunaja koostada konkreetsete isikute kohta kaudseid andmeid ja kasutada neid teadmisi nende suunamisel, et kuvada nende sotsiaalmeedia lehel reklaame.

Näide 7

Proua Delucca märgib sageli meeldivaks impressionistist maalikunstniku Pataolito tööde fotosid, mille kunstigalerii KaunidKunstid on oma sotsiaalmeedia lehele postitanud. Muuseum Z soovib oma eelseisvat näitust silmas pidades meelitada ligi impressionistlikest maalidest huvitatud inimesi. Muuseum Z kasutab järgmisi sotsiaalmeediateenuse osutaja pakutavaid suunamiskriteeriume: „huvitatud impressionismist“, sugu, vanus ja elukoht. Seejärel saab Delucca sotsiaalmeedia lehel muuseumi Z reklaami, mis on seotud muuseumi eelseisva näitusega.

Näide 8

Härra Leon on oma sotsiaalmeedia lehel märkinud, et on huvitatud spordist. Ta on laadinud oma mobiiltelefoni rakenduse lemmikspordivõistluste viimaste tulemuste jälgimiseks, määranud oma sülearvuti veebilehitseja koduleheks www.livesportsresults.com ja kasutab sageli oma töökoha lauaarvutit uusimate sporditulemuste otsimiseks internetis. Ka külastab ta mitut interneti hasartmängu veebisaiti. Sotsiaalmeediateenuse osutaja jälgib Leoni internetitegevust tema eri seadmetes, st sülearvutis, mobiiltelefonis ja lauaarvutis. Selle tegevuse ja kogu Leoni esitatud teabe põhjal järeldab sotsiaalmeediateenuse osutaja, et ta on huvitatud internetis kihlvedude sõlmimisest. Lisaks sellele on sotsiaalmeedia platvorm töötanud välja suunamiskriteeriumid, mis võimaldavad ettevõtjatel suunata inimesi, kes on tõenäoliselt impulsiivsed ja kelle sissetulek on väiksem. Interneti kihlveofirma ParimadPalgapäevalaenud soovib suunata kasutajaid, kes on huvitatud kihlvedudest ja kes tõenäoliselt teevad suuri panuseid. Seetõttu valib ta sotsiaalmeediateenuse osutaja pakutavad kriteeriumid, et teha kindlaks sihtrühm, kellele tema reklaami tuleks kuvada.

5.4.1 Ülesanded

81. Eri osaliste ülesannete kindlaksmääramise kohta märgib Euroopa Andmekaitsenõukogu järgmist: seitsmendas näites on muuseum Z ja sotsiaalmeediateenuse osutaja kaasvastutavad seoses isikuandmete töötlemisega suunatud reklaami eesmärgil, võttes arvesse nende andmete kogumist sotsiaalmeedia platvormil „meeldib“-funktsiooni abil ning sotsiaalmeediateenuse osutaja tehtud analüüsi, et pakkuda suunajale suunamiskriteeriumi („huvitatud impressionismist“), mis täidab eesmärki kuvada lõpuks reklaami[85].

82. Kaheksandas näites on ParimadPalgapäevalaenud ja sotsiaalmeediateenuse osutaja kaasvastutavad ühiselt kindlaks määratud töötlemistoimingute eest, mis on kõnealusel juhul suunamiskriteeriumide valimine ja sellele järgnev reklaami kuvamine, samuti suunamiskampaaniaga seotud aruandlus.

5.4.2 Õiguslik alus

83. Sotsiaalmeedia kasutajate suunamisega tuletatud andmete alusel reklaami eesmärgil kaasneb tavaliselt profiilianalüüs[86]. Artikli 29 alusel asutatud töörühm on varem selgitanud, et isikuandmete kaitse üldmääruse kohaselt on profiilianalüüs isikuandmete automatiseeritud töötlemine isiklike aspektide hindamiseks, eelkõige selleks, et isikuid analüüsida või nende kohta prognoose teha, lisades,

[85] Mis puudutab sotsiaalmeedia lehekülgi, siis võivad kaasvastutuse tingimused olla täidetud ka statistilise teabe puhul, mille sotsiaalmeediateenuse osutaja esitab lehekülje haldajale: vt kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Wirtschaftsakademie, C-210/16.

[86] Euroopa Andmekaitsenõukogu märgib, et profiilianalüüsi võidi teha ka eelmistes näidetes.

et „[s]õna „hindamine“ kasutamine viitab sellele, et profiilianalüüs hõlmab teatavat hinnangut või otsust inimese kohta“[87]. Profiilianalüüs võib olla seaduslik iga isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõikes 1 sätestatud õigusliku aluse kohaselt, kui see õiguslik alus on kehtiv.

84. Seitsmendas näites on kohaldatav e-privaatsuse direktiivi artikli 5 lõige 3, sest maalikunstnik Pataolitoga seotud reklaami kuvamiseks Delucca lehel on vaja lugemis-/kirjutamistoimingut, et viia see meeldivaks märkimine kokku teabega, mis oli sotsiaalmeediateenuse osutajal Delucca kohta juba varem. Seetõttu on nendeks toiminguteks vaja nõusolekut.

85. Seoses kaheksanda näitega tuletab Euroopa Andmekaitsenõukogu meelde, et nagu on sätestatud isikuandmete kaitse üldmääruse artiklis 22, võivad vastutavad töötlejad juhul, kui tegemist on selliste automatiseeritud otsuste tegemisega, millel on õiguslikud tagajärjed või sarnane märkimisväärne mõju andmesubjektile, tugineda järgmistele eranditele:

- andmesubjekti sõnaselge nõusolek;
- automatiseeritud otsuste tegemise vajadus lepingu sõlmimiseks või täitmiseks või
- vastutava töötleja suhtes kohaldatava liidu või liikmesriigi õiguse kohane luba.

86. Artikli 29 alusel asutatud töörühm on juba märkinud, et „[o]tsus edastada profiilianalüüsil põhinevat suunatud reklaam ei avalda paljudel tüüpilistel juhtudel üksikisikutele samamoodi märkimisväärset mõju […]. Selline mõju on aga võimalik olenevalt juhtumi eripäradest, sealhulgas järgmisest:

- profiilianalüüsi protsessi sekkuv laad, sealhulgas üksikisikute jälgimine seoses eri veebisaitide, seadmete ja teenustega;
- asjaomaste üksikisikute ootused ja soovid;
- *r*eklaami esitamise viis või
- sihtrühma kuuluvate andmesubjektide haavatavust puudutava teabe kasutamine[88].“

87. Kui on tõenäoline, et sotsiaalmeediateenuse osutaja profiilianalüüs avaldab andmesubjektile „samamoodi märkimisväärset mõju“, kohaldatakse artiklit 22. Vastutav töötleja (või vajaduse korral kaasvastutavad töötlejad) peab igal üksikjuhul hindama, kas suunamine avaldab andmesubjektile „samamoodi märkimisväärset mõju“, võttes arvesse suunamise konkreetseid asjaolusid.

88. Sellisel juhul, nagu kaheksandas näites kirjeldatud, võib interneti kihlvedude reklaamide kuvamine kuuluda isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 22 kohaldamisalasse (suunates rahalises mõttes haavatavad isikud, kes on huvitatud interneti kihlvedudest, millel võib olla märkimisväärne ja kahjulik mõju nende finantsolukorrale). Seetõttu on artikli 22 kohaselt nõutav sõnaselge nõusolek. Peale selle toob jälgimistehnika kasutamine kaasa e-privaatsuse direktiivi artikli 5 lõike 3 kohaldatavuse, mistõttu tekib eelneva nõusoleku nõue. Euroopa Andmekaitsenõukogu tuletab ka meelde, et selleks, et töötlemine oleks seaduslik, peab vastutav töötleja igat üksikjuhtu eraldi hindama ning et nõusoleku saamine ei vähenda muid kohustusi järgida õigluse, vajalikkuse, proportsionaalsuse ja andmete kvaliteedi nõudeid, mis on sätestatud isikuandmete kaitse üldmääruse artiklis 5.

[87] Suunised automatiseeritud töötlusel põhinevate üksikotsuste tegemise ja profiilianalüüsi kohta määruse 2016/679 kohaldamisel, WP 251 rev. 01, 2017, lk 7.

[88] Suunised automatiseeritud töötlusel põhinevate üksikotsuste tegemise ja profiilianalüüsi kohta määruse 2016/679 kohaldamisel, WP 251 rev. 01, 2017, lk 22.

6 LÄBIPAISTVUS JA ÕIGUS ANDMETEGA TUTVUDA

89. Isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 5 lõike 1 punktis a on sätestatud, et isikuandmete töötlemine on seaduslik, õiglane ja andmesubjektile läbipaistev. Samuti on isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 5 lõike 1 punktis b sätestatud, et isikuandmeid kogutakse täpselt ja selgelt kindlaksmääratud ning õiguspärastel eesmärkidel. Isikuandmete kaitse üldmääruse artiklid 12, 13 ja 14 sisaldavad erisätteid vastutava töötleja läbipaistvuskohustuste kohta. Põhjenduses 39 on märgitud, et „[f]üüsilisi isikuid puudutavate isikuandmete kogumine, kasutamine, lugemine või muu töötlemine ja nende andmete töötlemise ulatus praegu või tulevikus peaks olema nende jaoks läbipaistev“[89].

90. Andmesubjektidele nende isikuandmete töötlemise viisi kohta antav teave peaks olema kõikidel juhtudel kokkuvõtlik, läbipaistev, arusaadav ja kergesti kättesaadav ning esitatud selges ja lihtsas keeles.

91. Euroopa Andmekaitsenõukogu tuletab meelde, et lihtsalt sõna „reklaam“ kasutamisest ei piisa kasutajate teavitamiseks sellest, et nende tegevust jälgitakse suunatud reklaami eesmärgil. Üksikisikutele tuleks teha läbipaistvaks, milliseid töötlemistoiminguid tehakse ja mida see andmesubjekti jaoks praktikas tähendab. Kui profiili koostavad sotsiaalmeedia platvorm ja suunaja, võttes aluseks andmesubjektide veebikäitumise vastavalt kas platvormil või suunaja veebisaidil, tuleks andmesubjekte lihtsalt arusaadavas keeles teavitada, andes kasutajatele teavet selliste profiilide koostamiseks kogutud isikuandmete liikide kohta ning võimaldades lõpuks suunajatel suunata ja teha käitumispõhist reklaami[90]. Kasutajatele tuleks asjaomast teavet anda otse ekraanil, interaktiivselt ja vajaduse korral mitmekihiliste teadetega[91].

6.1 Kokkuleppe põhitingimused ja esitatav teave (isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 26 lõige 2)

92. Isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 26 lõikes 1 on sätestatud, et kaasvastutavad töötlejad „määravad kaasvastutava töötleja vastutusvaldkonna käesoleva määruse kohaste kohustuste täitmisel – eelkõige mis puudutab andmesubjekti õiguste kasutamist ja kaasvastutava töötleja kohustust esitada artiklites 13 ja 14 osutatud teavet – läbipaistval viisil kindlaks omavahelise kokkuleppega, välja arvatud juhul ja sel määral mil vastutavate töötlejate vastavad vastutusvaldkonnad on kindlaks määratud vastutavate töötlejate suhtes kohaldatava liidu või liikmesriigi õigusega. Sellise kokkuleppe osana võib määrata andmesubjektide jaoks kontaktpunkti“.

93. Läbipaistvuse põhimõtte täpsem väljendus on isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 26 lõike 2 kohane kohustus teha kaasvastutuse kokkuleppe põhitingimused andmesubjektile teatavaks. Vastavalt isikuandmete kaitse üldmääruse artiklile 26 on kaasvastutavad töötlejad kohustatud võtma asjakohaseid meetmeid tagamaks, et andmesubjekte teavitatakse kohustuste jaotusest.

94. Põhimõtteliselt peab andmesubjektile antav teave hõlmama kõiki andmetöötlustoimingu(te) aspekte, mille eest kaasvastutavad töötlejad ühiselt vastutavad. Et teave oleks õiglane ja asjakohane, on andmesubjektil õigus saada kogu teave (sh kavandatava edasise töötlemise kohta, kui tegemist on kaasvastutusega) kohe alguses. Täpsemalt öeldes peab see ühine kokkulepe tagama, et

[89] Vt ka artikli 29 alusel asutatud andmekaitse töörühma suunised määruse (EL) 2016/679 kohase nõusoleku kohta, WP 260 rev. 01, 11. aprill 2018, https://ec.europa.eu/newsroom/Article29/item-detail.cfm?item_id=622227.

[90] Vt Euroopa Andmekaitsenõukogu suunised määruse 2016/679 kohase läbipaistvuse kohta.

[91] Artikli 29 alusel asutatud andmekaitse töörühma suunised määruse (EL) 2016/679 kohase nõusoleku kohta, WP 259 rev. 01, punktid 24 ja 35.

andmesubjektile antakse isikuandmete kaitse üldmääruse artiklitega 13 ja 14 nõutavat teavet, sealhulgas nende ühiste või omavahel tihedalt seotud eesmärkide, säilitamisperioodide, kolmandatele isikutele edastamise jne kohta, millest tuleb andmesubjekti teavitada andmete kogumisel või enne töötlemise algust. Kokkuleppest peab selguma, kellel lasub sellega seotud vastutus. Nende nõuete täitmiseks peab kokkulepe sisaldama selget ja põhjalikku teavet (või viidet) töötlemise kohta, millega see on seotud, ning vajaduse korral selgitusi töötlemise eri etappide ja osalejate kohta[92].

95. Kuigi ühise vastutuse korral on mõlemal kaasvastutaval töötlejal teavitamiskohustus, võivad nad vastastikku kokku leppida, et ühele neist tehakse ülesandeks anda andmesubjektidele esialgset teavet, eriti juhul, kui kasutajatega suhtleb enne töötlemist ainult üks vastutav töötleja, näiteks tema veebisaidil[93]. Selline andmesubjektile edastatava teabe vahetus peaks olema ühise kokkuleppe lahutamatu osa (nt lisa). Kui ühel kaasvastutaval töötlejal ei ole üksikasjalikku teavet näiteks selle tõttu, et ta ei tea täpselt, kuidas töötlemistoiminguid tehniliselt tehakse, esitab teine kaasvastutav töötleja talle kogu vajaliku teabe, mis võimaldab tal anda andmesubjektile täielikku teavet kooskõlas isikuandmete kaitse üldmääruse artiklitega 13 ja 14.

96. Euroopa Andmekaitsenõukogu märgib, et vastutavad töötlejad ei vastuta otseselt isikuandmete kaitse üldmääruse artiklites 13 ja 14 nõutud teabe esitamise eest seoses edasiste töötlemistoimingutega, mis ei kuulu kaasvastutuse alla. Seetõttu ei vastuta suunaja otseselt sellise teabe esitamise eest, mis on seotud mis tahes edasise töötlemisega sotsiaalmeedia platvormi poolt[94].

97. Euroopa Andmekaitsenõukogu rõhutab siiski, et kaasvastutaval töötlejal, kes kavatseb isikuandmeid edasi kasutada, on ühise vastutuse puudumise korral isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 14 lõike 4 kohaselt sellise edasise töötlemise puhul konkreetsed teavitamiskohustused ning artikli 6 lõikes 4 sätestatud edasise töötlemise nõuetele vastavuse kohustused. Näiteks võivad suunaja ja sotsiaalmeediateenuse osutaja leppida kokku, et suunaja esitab teatavat teavet sotsiaalmeediateenuse osutaja nimel. Siiski vastutab sotsiaalmeediateenuse osutaja lõppkokkuvõttes selle tagamise eest, et andmesubjektile on esitatud asjakohane teave kõigi tema kontrolli all toimuvate töötlemistoimingute kohta.

Kolmandas näites (Lopezi sotsiaalmeedia lehel temale adresseeritud panga X reklaam pärast seda, kui pank on tema e-posti aadressi sotsiaalmeediateenuse osutajale üles laadinud) peab pank teatama Lopezile, et tema e-posti aadressi kasutatakse pangateenustega seotud pakkumiste reklaamimiseks sotsiaalmeediateenuse osutaja kaudu. Igasugune edasine töötlemine sotsiaalmeediateenuse osutaja poolt peab olema seaduslik ja kooskõlas eesmärkidega, milleks pank andmeid kogus. Kui sotsiaalmeediateenuse osutaja kavatseb Lopezi e-posti aadressi edasi töödelda muul eesmärgil, peab ta lisaks tagama, et Lopezile antakse enne seda teavet, nagu on nõutud isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 14 lõikes 4.

[92] Arvamus 1/2010 mõistete „vastutav töötleja“ ja „volitatud töötleja“ kohta, WP 169, lk 28.
[93] Kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Fashion ID, punktid 102 ja 105.
[94] Nagu on selgitatud Euroopa Andmekaitsenõukogu suunistes 7/2020 isikuandmete kaitse üldmääruses sätestatud vastutava töötleja ja volitatud töötleja mõiste kohta, on iga vastutava töötleja kohustus tagada, et andmeid ei töödelda edasi viisil, mis on vastuolud eesmärkidega, milleks andmeid jagav vastutav töötleja neid algselt kogus. Peaks olema hea tava, et vastutav töötleja, kes kavatseb töödelda isikuandmeid muudel eesmärkidel, annab teisele vastutavale töötlejale, kes isikuandmeid edastab, piisavad vahendid, et teha kindlaks, kas on olemas õiguslik alus (mis oleks tõenäoliselt nõusolek) ning kas andmesubjekte on nõuetekohaselt teavitatud. See võimaldaks suunajal tagada, et edastamine sotsiaalmeediateenuse osutajale on seaduslik.

Sotsiaalmeediateenuse osutaja ja pank võivad kokku leppida, et pank annab Lopezile sotsiaalmeediateenuse osutaja nimel asjakohast teavet. Kuid isegi sel juhul jääb sotsiaalmeediateenuse osutajale siiski lõplik vastutus selle tagamise eest, et andmesubjektile on esitatud asjakohane teave kõigi töötlemistoimingute kohta, mille eest sotsiaalmeediateenuse osutaja (üksi) vastutab. Vastavalt isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 14 lõike 5 punktile a seda kohustust ei ole, kui pank on Lopezi isikuandmete töötlemisest juba teavitanud.

Neid läbipaistvuskohustusi tuleb arvesse võtta, ilma et see piiraks õigusliku alusega seotud kaalutluste suhtes kohaldatavaid erikohustusi.

98. Iga kaasvastutav töötleja vastutab selle tagamise eest, et andmesubjektile tehakse kättesaadavaks kokkuleppe põhitingimused. Praktikas peaksid kokkuleppe põhitingimused olema platvormil otse kättesaadavad, neile peaks olema viidatud platvormi isikuandmete kaitse põhimõtetes ning need tuleks teha kättesaadavaks ka lingi kaudu, näiteks sotsiaalmeedia platvormil asuval suunaja lehel või selliste linkide kaudu nagu küsimus „Miks ma seda reklaami näen?“.

6.2 Õigus tutvuda andmetega (artikkel 15)

99. Vastutavad töötlejad peavad võimaldama kasutajatel oma andmesubjekti õigusi hõlpsasti ja täielikult kasutada. Andmesubjektile peaks olema kättesaadav lihtsasti kasutatav ja tõhus vahend, mis tagab, et tal on igal ajal lihtne kasutada kõiki oma õigusi, eelkõige isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 15 kohast kustutamis-, vaidlustamis- ja andmetega tutvumise õigust [95] . Järgmistes punktides keskendutakse sellele, kuidas tuleks andmetega tutvumise õigust sotsiaalmeedia kasutajatele suunamise kontekstis arvesse võtta ja kes peaksid seda tegema[96].

100. Üldiselt võivad vastutavad töötlejad isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 15 lõike 1 nõuete täitmiseks ja täieliku läbipaistvuse tagamiseks kaaluda sellise mehhanismi rakendamist, mis võimaldab andmesubjektidel kontrollida oma profiili, sealhulgas teabe üksikasju ja selle koostamiseks kasutatud allikaid. Andmesubjektil peaks olema võimalik teada saada suunaja isik ning vastutavad töötlejad peaksid hõlbustama juurdepääsu suunajat käsitlevale teabele, sealhulgas kasutatud suunamiskriteeriumidele, ning muule isikuandmete kaitse üldmääruse artiklis 15 nõutud teabele[97].

101. Mis puudutab andmesubjektidele antud juurdepääsu liiki, siis on põhjenduses 63 soovitus, et „[v]õimaluse korral peaks vastutav töötleja saama anda kaugjuurdepääsu turvalisele süsteemile, kus andmesubjekt saab otse tutvuda oma isikuandmetega“. Sotsiaalmeediateenuse osutajate erijooned – veebikeskkond, kasutajakonto olemasolu – osutavad võimalusele anda andmesubjektile hõlpsasti kaugjuurdepääs teda puudutavatele isikuandmetele kooskõlas artikli 15 lõigetega 1 ja 2.

[95] Isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 15 lõigetes 1 ja 2 on üksikasjalikult sätestatud teave, mida tuleb anda andmesubjektile, kes soovib oma andmetega tutvuda. Isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 15 lõiked 3 ja 4 reguleerivad koopia saamise õigust.

[96] Vt Euroopa Andmekaitsenõukogu suunised määruse 2016/679 kohase läbipaistvuse kohta, lk 35.

[97] Üksikasjalikuma teabe saamiseks isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 15 kohase teabe kohta seoses profiilianalüüsiga vt artikli 29 alusel loodud andmekaitse töörühma dokument WP 251 rev. 01, lk 17 („Artikliga 15 antakse andmesubjektile õigus saada teavet profiilianalüüsiks kasutatavate isikuandmete kohta, sealhulgas profiili loomiseks kasutatavate andmeliikide kohta. Lisaks üldisele teabele töötlemise kohta on vastutaval töötlejal artikli 15 lõike 3 kohaselt kohustus teha kättesaadavaks profiili loomisel kasutatavad andmed ning anda juurdepääs teabele, mida profiil sisaldab, ning teabele selle kohta, millistesse segmentidesse andmesubjekt paigutatud on.“). Tähtis on see, et selline teave oleks kohandatud andmesubjekti konkreetsele olukorrale, täiendades artiklite 1 ja 14 alusel juba antud teavet.

Kaugjuurdepääsu võib käesoleval juhul pidada kõige asjakohasemaks meetmeks isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 12 lõike 1 tähenduses, võttes arvesse ka asjaolu, et tegemist on tüüpilise olukorraga, „mille puhul osapoolte arvukuse ja kasutatava tehnoloogia keerukuse tõttu on andmesubjektil raske teada saada ja mõista, kas kogutakse tema isikuandmeid, kes neid kogub ja millisel eesmärgil“ (vt põhjendus 58, kus on konkreetse näitena sõnaselgelt lisatud „veebireklaam“). Lisaks sellele tuleks sotsiaalmeedia suunatud kasutajatele taotluse korral anda kooskõlas isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 15 lõikega 3 ka nende isikuandmete koopia.

102. Isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 15 lõike 1 punkti c kohaselt peab kasutajal olema juurdepääs eelkõige teabele nende vastuvõtjate või vastuvõtjate kategooriate kohta, „kellele isikuandmeid on avalikustatud või avalikustatakse, eelkõige kolmandates riikides olevad vastuvõtjad või rahvusvahelised organisatsioonid“. Artikli 4 punkti 9 kohaselt tähendab mõiste „vastuvõtja“ füüsilist või juriidilist isikut, avaliku sektori asutust, ametit või muud organit, kellele isikuandmed avaldatakse, olenemata sellest, kas tegemist on kolmanda isikuga või mitte. Suunaja ei ole tingimata isikuandmete „vastuvõtja“ (vt esimene näide), kuna isikuandmeid ei pruugita talle avaldada, kuid ta saab suunatud klientide statistika koondatud või anonüümseks muudetud kujul, näiteks oma kampaania raames või selle tulemuslikkuse hindamisel. Kui aga suunaja tegutseb kaasvastutava töötlejana, tuleb ta sotsiaalmeedia kasutajale sellena identifitseerida.

103. Kuigi isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 26 lõikes 1 ei ole määruse artiklit 15 sõnaselgelt nimetatud, viidatakse selle artikli sõnastuses kõigile vastutusvaldkondadele isikuandmete kaitse üldmääruse kohaste kohustuste täitmisel. See hõlmab ka isikuandmete kaitse üldmääruse artiklit 15.

104. Selleks et andmesubjektid saaksid kasutada oma õigusi tulemuslikult ja kergesti kättesaadaval viisil, võib sotsiaalmeediateenuse osutaja ja suunaja vahelises kokkuleppes määrata andmesubjektide jaoks kindlaks ühtse kontaktpunkti. Kaasvastutavatel töötlejatel on põhimõtteliselt vabadus määrata ise kindlaks, kes peaks vastutama andmesubjekti taotlustele vastamise ja nende täitmise eest, kuid nad ei saa välistada andmesubjekti võimalust kasutada oma õigusi iga isiku suhtes ja vastu (isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 26 lõige 3). Seega peavad suunajad ja sotsiaalmeediateenuse osutajad tagama, et kasutusele on võetud sobiv mehhanism, mis võimaldab andmesubjektidel saada juurdepääsu oma isikuandmetele kasutajasõbralikul viisil (sh kasutatud suunamiskriteeriumidele) ja kogu isikuandmete kaitse üldmääruse artiklis 15 nõutud teabele.

7 ANDMEKAITSEALASED MÕJUHINNANGUD

105. Põhimõtteliselt peaksid mõlemad kaasvastutavad töötlejad enne kavandatud suunamistoimingute alustamist kontrollima isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 35 lõike 4 ning põhjenduste 71, 75 ja 91 alusel riigi tasandil vastu võetud loetelu töötlemistoimingutest, mis kujutavad „endast tõenäoliselt suurt ohtu“, et teha kindlaks, kas määratud suunamine vastab mõnele töötlemistoimingute liigile, mille suhtes kohaldatakse andmekaitsealase mõjuhinnangu koostamise nõuet. Selleks et hinnata, kas kavandatud suunamistoimingud kujutavad „endast tõenäoliselt suurt ohtu“ ja kas andmekaitsealane mõjuhinnang on vajalik, tuleks arvesse võtta ka andmekaitsealase mõjuhinnangu suunistes[98] kindlaks määratud kriteeriume ning loetelusid, mille järelevalveasutused on koostanud isikuandmete töötlemise toimingute kohta, mille suhtes kohaldatakse andmekaitsealase mõjuhinnangu nõuet (vastavalt artikli 35 lõikele 4).

[98] Vt Euroopa Andmekaitsenõukogu suunised, mis käsitlevad andmekaitsealast mõjuhinnangut ja selle kindlaksmääramist, kas isikuandmete töötlemise tulemusena „tekib tõenäoliselt suur oht“ vastavalt määrusele (EL) 2016/679, WP 248 rev. 01.

106. Mõnel juhul võib reklaamitava toote või teenuse laad, sõnumi sisu või reklaami edastamise viis avaldada üksikisikutele mõju, mida tuleb täiendavalt hinnata. See võib olla nii näiteks toodete puhul, mis suunatakse haavatavatele inimestele. Olenevalt reklaamikampaania eesmärgist ja selle sekkuvusest võivad tekkida lisariskid, nagu ka juhul, kui suunamine puudutab jälgitavate, kaudsete või tuletatud isikuandmete töötlemist.

107. Lisaks isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 26 lõikes 1 konkreetselt osutatud kohustustele peaksid kaasvastutavad töötlejad oma vastavate kohustuste kindlaksmääramisel arvesse võtma ka muid kohustusi. Andmekaitsealast mõjuhinnangut käsitlevates Euroopa Andmekaitsenõukogu suunistes on sätestatud, et „[k]ui isikuandmete töötlemise toimingus osalevad kaasvastutavad töötlejad, peavad nad täpselt kindlaks määrama oma vastavad kohustused“.

108. Seega peavad mõlemad kaasvastutavad töötlejad hindama, kas andmekaitsealane mõjuhinnang on vajalik. Kui andmekaitsealane mõjuhinnang on vajalik, vastutavad selle kohustuse täitmise eest mõlemad. Euroopa Andmekaitsenõukogu tuletab meelde, et andmekaitsealane mõjuhinnang peaks käsitlema kogu isikuandmete töötlemist, mis tähendab, et põhimõtteliselt peavad andmekaitsealase mõjuhinnangu koostamises osalema mõlemad kaasvastutavad töötlejad. Sellega seoses peavad mõlemad vastutavad töötlejad tagama, et neil on nõutava andmekaitsealase mõjuhinnangu tegemiseks piisavalt teavet töötlemise kohta[99]. See tähendab, et „[i]ga vastutav töötleja peaks väljendama oma vajadusi ja jagama kasulikku teavet, paljastamata sealjuures saladusi (st kaitsma ärisaladusi, intellektuaalomandit ja konfidentsiaalset äriteavet) ja avalikustamata nõrku kohti“[100].

109. Praktikas on võimalik, et kaasvastutavad töötlejad otsustavad, et andmekaitsealase mõjuhinnangu koostamise ülesanne antakse ühele neist. Ses tuleks siis ühises kokkuleppes sätestada, ilma et see piiraks ühise vastutuse olemasolu. Võib olla nii, et ühel vastutaval töötlejal on teatavate töötlemistoimingute hindamiseks paremad võimalused. Olenevalt kontekstist võib see vastutav töötleja olla näiteks see, kellel on suurem kontroll suunamisprotsessi üle ja rohkem teadmisi selle kohta, eelkõige kasutusele võetud süsteemi lõppetapist või töötlemisvahenditest.

110. Iga andmekaitsealane mõjuhinnang peab sisaldama riskide kõrvaldamiseks kavandatud meetmeid, sealhulgas kaitsemeetmeid, turvameetmeid ja -mehhanisme, mis tagavad isikuandmete kaitse, ja tõendama isikuandmete kaitse üldmääruse järgimist, võttes arvesse andmesubjektide ja teiste asjaomaste isikute õigusi ja õigustatud huve. Kui kindlakstehtud riske ei ole võimalik piisavalt ohjata (st jääkriskid on endiselt suured), vastutavad kõik kaasvastutavad töötlejad selle eest, et eelnevalt konsulteeritakse asjaomaste järelevalveasutustega. Kui suunamine rikuks isikuandmete kaitse üldmäärust, eelkõige seetõttu, et riske ei ole piisavalt kindlaks tehtud või maandatud, ei tohiks suunamist teha.

Näide 9 Erakond Muudame Maailma soovib julgustada sotsiaalmeedia kasutajaid hääletama eelseisvatel valimistel konkreetse poliitilise kandidaadi poolt. Nad soovivad suunata riigi maapiirkondades elavaid eakaid, kes käivad korrapäraselt kirikus ja kes ei ole viimase kahe aasta jooksul välismaale reisinud.

[99] Euroopa Andmekaitsenõukogu kordab, et andmekaitsealane mõjuhinnang ei ole vajalik, kui töötlemise laad, ulatus, kontekst ja eesmärgid on väga sarnased töötlemisega, mille kohta andmekaitsealane mõjuhinnang on koostatud. Sellistel juhtudel võib kasutada sarnase töötlemise kohta koostatud andmekaitsealase mõjuhinnangu tulemusi, vt artikli 29 alusel asutatud andmekaitse töörühma suunised, mis käsitlevad andmekaitsealast mõjuhinnangut ja selle kindlaksmääramist, kas isikuandmete töötlemise tulemusena „tekib tõenäoliselt suur oht“ vastavalt määrusele (EL) 2016/679, WP 248 rev. 01, lk 12.

[100] Samas, lk 8.

111. Sotsiaalmeedia platvorm ja erakond on kaasvastutavad profiili andmete võrdlemise ja suunatud reklaami kuvamise eest. Seda, kas andmekaitsealane mõjuhinnang on vajalik, peab hindama nii erakond kui ka sotsiaalmeedia platvorm. Selles näites on neil mõlemal küllaldaselt teadmisi üksikisikute suunamiseks kasutatavate kriteeriumide kohta, et näha, et töötlemisega kaasneb tõenäoliselt suur oht.

112. Kui andmekaitsealane mõjuhinnang on vajalik, tuleks ühises kokkuleppes käsitleda küsimust, kuidas vastutavad töötlejad peaksid selle koostama ning kuidas tagama, et toimub asjakohane teadmiste vahetamine. Selle näite puhul võib teatavaid töötlemistoiminguid olla parem hinnata sotsiaalmeedia platvormil, kuna erakond valib üksnes üldised suunamiskriteeriumid.

8 ISIKUANDMETE ERILIIGID

8.1 Mis on isikuandmete eriliik?

113. Isikuandmete kaitse üldmääruses on sätestatud selliste isikuandmete erikaitse, mis on üksikisikute põhiõiguste ja -vabaduste seisukohast eriti tundlikud. Need andmed on isikuandmete kaitse üldmääruse artiklis 9 sätestatud isikuandmete eriliikidena ning hõlmavad andmeid isiku tervisliku seisundi, rassilise või etnilise päritolu, biomeetria, usuliste või filosoofiliste tõekspidamiste, poliitiliste vaadete, ametiühingusse kuulumise, seksuaalelu või seksuaalse sättumuse kohta.

114. Vastutavad töötlejad võivad töödelda andmete eriliike üksnes juhul, kui nad täidavad ühte isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 9 lõikes 2 sätestatud tingimustest, näiteks on saanud andmesubjekti sõnaselge nõusoleku või andmesubjekt on andmed ilmselgelt avalikustanud. Lisaks isikuandmete kaitse üldmääruse artiklis 9 sätestatud tingimustele peab isikuandmete eriliikide töötlemine põhinema isikuandmete kaitse üldmääruse artiklis 6 sätestatud õiguslikul alusel ja toimuma kooskõlas isikuandmete kaitse üldmääruse artiklis 5 sätestatud aluspõhimõtetega.

115. Isikuandmete eriliikide töötlemine on asjakohane ka juhul, kui hinnatakse isikuandmete kaitse üldmääruse artiklite 24, 25, 28 ja 32 kohaselt rakendatud asjakohaseid meetmeid, kuid ka selleks, et teha kindlaks, kas andmekaitsealane mõjuhinnang tuleb vastavalt isikuandmete kaitse üldmääruse artiklile 35 teha ja kas andmekaitseametnik tuleb vastavalt isikuandmete kaitse üldmääruse artiklile 37 määrata.

116. Sotsiaalmeedia ja suunamise kontekstis on vaja kindlaks teha, kas isikuandmete töötlemine hõlmab „andmete eriliike“ ja kas selliseid andmeid töötleb sotsiaalmeediateenuse osutaja, suunaja või seda teevad mõlemad. Kui töödeldakse isikuandmete eriliike, tuleb kindlaks teha, kas ja millistel tingimustel saavad sotsiaalmeediateenuse osutaja ja suunaja selliseid andmeid seaduslikult töödelda.

117. Kui sotsiaalmeediateenuse osutaja töötleb andmete eriliiki suunamise eesmärgil, peab ta leidma töötlemiseks õigusliku aluse isikuandmete kaitse üldmääruse artiklist 6 ja tuginema isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 9 lõikes 2 sätestatud erandile, näiteks isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 9 lõike 2 punkti a kohasele sõnaselgele nõusolekule. Kui suunaja kaasab sotsiaalmeediateenuse osutaja ja palub, et sotsiaalmeediateenuse osutaja suunaks kasutajaid konkreetse andmeliigi alusel, vastutavad suunaja ja sotsiaalmeediateenuse osutaja ühiselt selle andmete eriliigi töötlemise eest.

118. Järgmises õiguslikus analüüsis uuritakse erinevaid olukordi, kus selline töötlemine võib toimuda, ja nende õiguslikke tagajärgi.

8.1.1 Selged andmete eriliigid

119. Mõnikord kuuluvad töödeldavad isikuandmed selgelt andmete eriliikide määratluse alla, näiteks juhul, kui on otsesõnu märgitud, et isik on teatava erakonna või usulise ühenduse liige.

> Näide 10
>
> Preili Flora märgib oma sotsiaalmeedia profiilis sõnaselgelt, et on erakonna Kõige Rohelisem Planeet liige. Keskkonnaorganisatsioon Elagu Maa tahab suunata sotsiaalmeedia kasutajaid, kes on erakonna Kõige Rohelisem Planeet liikmed, et saata neile suunatud sõnumeid.

120. Kümnendas näites tegutsevad sotsiaalmeediateenuse osutaja ja keskkonnaorganisatsioon kaasvastutavate töötlejatena[101]. Kui keskkonnaorganisatsioon palub sotsiaalmeediateenuse osutajalt kasutajate suunamist nende poliitiliste vaadete alusel, aitavad mõlemad vastutavad töötlejad kaasa isikuandmete kaitse üldmääruse artiklis 9 sätestatud andmete eriliikide töötlemisele. Nende andmete töötlemine on artikli 9 lõike 1 kohaselt põhimõtteliselt keelatud. Nii sotsiaalmeediateenuse osutajal kui ka keskkonnaorganisatsioonil peab seega olema võimalik tugineda töötlemisel ühele artikli 9 lõikes 2 sätestatud eranditest. Lisaks sellele peab mõlemal olema õiguslik alus kooskõlas artikliga 6. Artikli 9 lõikes 2 sätestatud eranditest ilmneb, et ainsad selles olukorras kohaldatavad erandid oleksid andmesubjekti sõnaselge nõusoleku saamine vastavalt isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 9 lõike 2 punktile a või Flora poolt isikuandmete ilmselge avalikustamine vastavalt kõnealuse määruse artikli 9 lõike 2 punktile e.

8.1.2 Kaudsed ja kombineeritud isikuandmete eriliigid

121. Isikuandmete eriliik on ka inimese kohta tehtud oletused või järeldused, näiteks see, et kui inimene on külastanud liberaalseid vaateid tutvustavat lehekülge, hääletab ta tõenäoliselt teatava erakonna poolt. Samuti on Euroopa Andmekaitsenõukogu varem märkinud, et „[p]rofiilianalüüsi käigus on võimalik luua eriliiki andmeid, kui andmeid tuletatakse andmetest, mis pole ise eriliiki andmed, aga muutuvad neiks koos muude andmetega. Näiteks võib olla võimalik tuletada kellegi terviseseisund andmetest tema ostetud toidu kohta, kui need ühendatakse andmetega toidu kvaliteedi ja energiasisalduse kohta“. [102]

122. Näiteks ei peeta üldjuhul andmete eriliikide töötlemiseks iseenesest seda, kui töödeldakse pelgalt avaldust või ühte asukohaandmete elementi vms, mis näitab, et kasutaja on külastanud (kas üks kord või mitu korda) kohta, mida teatavate usuliste veendumustega inimesed tavaliselt külastavad. Ometi võib seda käsitada andmete eriliikide töötlemisena, kui neid andmeid kombineeritakse muude andmetega või võttes arvesse andmete töötlemise konteksti või nende kasutamise eesmärki.

> Näide 11
>
> Härra Novaki sotsiaalmeedia kasutajakonto profiil sisaldab üksnes üldist teavet, nagu tema nimi ja elukoht, kuid staatuse uuendusest ilmneb, et ta on sageli külastanud Linnakirikut, kus ta osales jumalateenistusel. Hiljem soovib Linnakirik suunata oma külastajaid religioossete sõnumitega, et julgustada kristlasi kogudusega ühinema. Sellisel juhul kujutab Novaki staatuse uuenduses sisalduvate isikuandmete kasutamine sellistel eesmärkidel endast isikuandmete eriliikide töötlemist.

123. Kui sotsiaalmeediateenuse osutaja või suunaja kasutab jälgitavaid andmeid selleks, et liigitada kasutajad teatavate usuliste, filosoofiliste või poliitiliste veendumustega kasutajateks, olenemata

[101] Vt analüüs punktis 5.2.1.

[102] Artikli 29 alusel asutatud andmekaitse töörühma suunised automatiseeritud töötlusel põhinevate üksikotsuste tegemise ja profiilianalüüsi kohta määruse 2016/679 kohaldamisel, WP 251 rev. 01, lk 15.

sellest, kas liigitamine on õige/tõene või mitte, tuleb kasutaja sellist liigitamist käsitada selles kontekstis isikuandmete eriliigi töötlemisena. Kui liigitamine võimaldab eriliiki kuuluvatel andmetel põhinevat suunamist, ei ole oluline, kuidas kategooria on märgistatud.

Näide 12

Härra Sifuentes annab oma sotsiaalmeedia profiilis teavet korrapäraste staatuse uuenduste, registreeringute jms vormis, mis näitab, et ta osaleb korrapäraselt liikumise Meel, Keha ja Vaim korraldatud tegevuses. Kuigi filosoofiliste veendumuste kohta ei ole tehtud ühtegi sõnaselget avaldust, näitavad kõik kasutaja tehtud uuendused, meeldivaks märkimised, registreeringud ja sarnased andmed kõrvutamisel selgelt, et Sifuentesel on teatavad filosoofilised veendumused.

Näide 13

Sotsiaalmeediateenuse osutaja kasutab teavet, mida preili Allgrove on oma sotsiaalmeedia profiilis enda vanuse, huvide ja aadressi kohta aktiivselt esitatud, ning kombineerib seda jälgitavate andmetega, mis on seotud tema külastatud veebisaitide ja tema sotsiaalmeedia platvormil meeldivaks märkimistega. Sotsiaalmeediateenuse osutaja kasutab neid andmeid ja järeldab, et Allgrove on vasakpoolse liberaalse poliitika toetaja, ja paigutab ta sihtrühma „huvitatud vasakpoolsest liberaalsest poliitikast“ ning teeb selle kategooria suunajatele suunatud reklaami jaoks kättesaadavaks.

124. 12. näites tähendab ulatuslik teave ja erimeetmete puudumine andmete eriliigi põhjal suunamise vältimiseks seda, et toimub andmete eriliigi töötlemine. Samas ei tähenda pelgalt asjaolu, et sotsiaalmeediateenuse osutaja töötleb suurt hulka andmeid, mida võidakse kasutada andmete eriliikide tuletamiseks, automaatselt seda, et töötlemine kuulub isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 9 kohaldamisalasse. Artiklit 9 ei kohaldata, kui sotsiaalmeediateenuse osutaja poolse töötlemise tulemusel ei tuletata andmete eriliike ning sotsiaalmeediateenuse osutaja on võtnud meetmeid, et vältida selliste andmete tuletamist või suunamiseks kasutamist. Igal juhul võib kasutajate isikuandmete suure hulga töötlemisega kaasneda konkreetsed riskid füüsiliste isikute õigustele ja vabadustele, mida tuleb ohjata, rakendades asjakohaseid turvameetmeid, nagu on ette nähtud isikuandmete kaitse üldmääruse artiklis 32, ning võttes arvesse ka isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 35 kohaselt koostatava andmekaitsealase mõjuhinnangu järeldusi.

125. 13. näites tähendab suunamiskategooria „huvitatud vasakpoolsest liberaalsest poliitikast“ pakkumine ja kasutamine andmete eriliikide töötlemist, kuna seda kategooriat saab kergesti kasutada kaudse näitajana, mille alusel suunata inimesi, kellel on vasakpoolsed liberaalsed poliitilised veendumused. Kasutaja poliitilisi veendumusi tuletades töötleb sotsiaalmeediateenuse osutaja andmete eriliike. Isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 9 kohaldamisel ei ole oluline, kas kasutaja ka tegelikult toetab vasakpoolset liberaalset poliitikat. Oluline ei ole ka see, et suunamiskategooriat nimetatakse „huvitatud...“, mitte „... toetaja“, kuna kasutaja on paigutatud suunamiskategooriasse tuletatud poliitiliste huvide alusel.

Näide 14

Härra Svenson teeb psühholoogilist hinnangut sisaldava võimekustesti, mille on välja töötanud ettevõte Sinu Parim Töökoht ning mis tehakse kättesaadavaks sotsiaalmeedia platvormil. Selleks kasutatakse sotsiaalmeediateenuse osutaja pakutavat rakendusliidest (API). Sinu Parim Töökoht kogub andmeid Svensoni hariduse, tööalase staatuse, vanuse, hobide, postituste, e-posti aadressi ja sidemete kohta. Sinu Parim Töökoht saab andmeid rakendusliidese kaudu vastavalt „lubadele“, mille Svenson

on andnud oma sotsiaalmeedia kasutajakontol. Rakenduse väidetav eesmärk on prognoosida, milline oleks konkreetse kasutaja jaoks parim karjääritee.

Ettevõte Sinu Parim Töökoht kasutab seda teavet sotsiaalmeediateenuse osutaja teadmata või heakskiiduta paljude isiklike aspektide, sealhulgas isikuomaduste, psühholoogilise profiili ja poliitiliste veendumuste tuletamiseks. Hiljem otsustab Sinu Parim Töökoht kasutada seda teavet Svensoni suunamiseks erakonna nimel, kasutades e-postil põhinevat sotsiaalmeediateenuse osutaja suunamisfunktsiooni, lisamata sotsiaalmeediateenuse osutaja pakutavaid muid suunamiskriteeriume.

14. näites töötleb suunaja isikuandmete eriliike, kuid sotsiaalmeediateenuse osutaja ei tee seda. Sotsiaalmeediateenuse osutaja ei osale Svensoni poliitilise veendumuse hindamises ega kindlakstegemises [103] . Lisaks isikuandmete kaitse üldmääruse artiklis 9 sätestatud üldise keelu aktiveerimisele kujutab 14. näites nimetatud suunamine ka õigluse, läbipaistvuse ja eesmärgi piiramise nõuete rikkumist. Svensonit ei teavitata nõuetekohaselt asjaolust, et temaga seotud isiklikke andmeid töödeldakse poliitilise suunamise eesmärgil, mis pealegi ei paista kokku sobivat karjäärialase võimekustestiga.

126. Kuigi sotsiaalmeediateenuse osutaja 14. näites kirjeldatud töötlemistoimingud ei kujuta endast isikuandmete eriliikide töötlemist isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 9 tähenduses, vastutab sotsiaalmeediateenuse osutaja isikuandmete töötlemisel vajalike kaitsemeetmete võtmise eest, et täita isikuandmete kaitse üldmääruse nõudeid ja kaitsta andmesubjektide õigusi kooskõlas kõnealuse määruse artiklitega 24 ja 25.

8.2 Ilmselgelt avalikustatud andmete eriliikide puhul artikli 9 lõikes 2 sätestatud erand

127. Isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 9 lõike 2 punkti e kohaselt on lubatud andmete eriliike töödelda juhul, kui andmesubjekt on andmed ilmselgelt avalikustanud. Sõna „ilmselgelt“ tähendab, et selle erandi rakendamiseks peab olema kõrge lävend. Euroopa Andmekaitsenõukogu märgib, et üheainsa elemendi olemasolu ei pruugi alati olla piisav tõend selle kohta, et andmesubjekt on andmed „ilmselgelt“ avalikustanud. Praktikas võib juhtuda, et vastutavad töötlejad peavad kaaluma järgmisi või muid kombineeritud elemente tõendamaks, et andmesubjekt on ilmselgelt väljendanud oma kavatsust andmed avalikustada, ning hinnang tuleb anda igal üksikjuhul eraldi. Hindamisel võivad asjakohased olla järgmised elemendid:

i) sotsiaalmeediaplatvormi vaikeseaded (st kas andmesubjekt tegi konkreetse toimingu, et muuta need vaikimisi privaatseks seatud andmed avalikuks) või

ii) sotsiaalmeedia platvormi laad (st kas platvormi lähteidee on ühendada andmesubjekt lähedaste tuttavatega või luua intiimsuhteid (nt internetipõhised tutvumisplatvormid) või kas

[103] 14. näites ei ole sotsiaalmeediateenuse osutaja ja ettevõte Sinu Parim Töökoht isikuandmete kogumise hetkel kaasvastutavad töötlejad, sest töötlemise selles etapis ei määra nad ühiselt kindlaks isikuandmete kogumise ning sellele järgneva või edasise töötlemise eesmärke. Euroopa Andmekaitsenõukogu soovib meelde tuletada, et ülesannete ja kohustuste analüüs tuleb teha igal üksikjuhul eraldi ning et selle konkreetse näite kohta tehtud järeldused ei piira Euroopa Andmekaitsenõukogu edasist tööd rakendusliideste valdkonnas. Olukord oleks muidugi teistsugune, kui sotsiaalmeediateenuse osutaja osaleks lisaks isikuandmete kättesaadavaks tegemisele ka ettevõte Sinu Parim Töökoht taotletava eesmärgi kindlaksmääramisel. Igal juhul on suunaja ja sotsiaalmeediateenuse osutaja endiselt kaasvastutavad nimekirjapõhise suunamise kasutamise eest.

selle eesmärk on pakkuda laiemat inimestevahelist suhtlust, nagu ametialane suhtlus või mikroblogimine, meedia jagamine, veebiülevaadete jagamise sotsiaalplatvormid jne) või

iii) juurdepääs leheküljele, kus tundlikud isikuandmed on avaldatud (st kas teave on avalikult kättesaadav või kas enne teabele juurdepääsu saamist on vaja luua näiteks kasutajakonto), või

iv) teabe nähtavus, kui andmesubjekti teavitatakse tema avaldatava teabe avalikust laadist (st kas veebilehel on näiteks püsireklaamiriba või kas avaldamise nupule on lisatud teade andmesubjektile, et teave avalikustatakse jne), või

v) kui andmesubjekt on tundlikud isikuandmed ise avaldanud või kas andmed on tema asemel avaldanud kolmas isik (nt sõbra avaldatud foto, millelt ilmnevad tundlikud isikuandmed) või need on tuletatud.

128. Euroopa Andmekaitsenõukogu märgib, et üheainsa elemendi olemasolu ei pruugi alati olla piisav tõend selle kohta, et andmesubjekt on andmed „ilmselgelt“ avalikustanud. Praktikas võib juhtuda, et vastutavad töötlejad peavad kaaluma neid või muid kombineeritud elemente tõendamaks, et andmesubjekt on ilmselgelt väljendanud oma kavatsust andmed avalikustada.

Näide 15

Härra Jansen avas kasutajakonto sotsiaalmeedia mikroblogimise platvormil. Profiili täites märkis ta, et on homoseksuaal. Kuna ta on konservatiiv, otsustas ta liituda konservatiivsete rühmadega, ja ta teadis, et sõnumid, mida ta platvormil vahetab, on avalikud, sest registreerumise ajal teavitati teda sellest. Konservatiivne erakond soovib sotsiaalmeedia suunamise vahendeid kasutades suunata inimesi, kellel on sama poliitiline kuuluvus ja seksuaalne sättumus nagu Jansenil.

129. Kuna liikmete seksuaalse sättumuse vaikeseade on „privaatne“ ja Jansen ei ole astunud samme selle avalikustamiseks, ei saa seda pidada ilmselgelt avalikustatuks. Lisaks ei ole ilmselgelt avalikustatud tema poliitilist kuuluvust puudutavad andmed, hoolimata i) mikroblogimise sotsiaalmeedia platvormi laadist, mille eesmärk on jagada teavet laia avalikkusega, ja ii) asjaolust, et teda on teavitatud nende sõnumite avalikust laadist, mida ta foorumites avaldab. Kuigi ta on liitunud konservatismi käsitlevate avalike foorumitega, ei saa teda nende tundlike isikuandmete alusel suunata, sest Janseni poliitilise kuuluvuse kohta teeb järelduse sotsiaalmeedia platvorm ning andmesubjektil ei olnud konkreetset kavatsust neid andmeid ilmselgelt avalikustada, seda enam, et see järeldus võib osutuda valeks. Seetõttu ei saa teda poliitilise kuuluvuse andmete alusel suunata. Teisisõnu tuleb selle hindamisel, kas andmesubjekt on andmed ilmselgelt avalikustanud, arvesse võtta iga konkreetse juhtumi asjaolusid[104].

9 KAASVASTUTUS JA KOHUSTUS

9.1 Kaasvastutavate töötlejate kokkulepe ja kohustuste kindlaksmääramine (isikuandmete kaitse üldmääruse artikkel 26)

[104] Artikli 29 alusel asutatud töörühm selgitas oma arvamuses direktiivi (EL) 2016/680 mõne olulise aspekti kohta (WP 258, 29. november 2017, lk 10), et väljendit „andmesubjekt on ilmselgelt avalikustanud“ tuleb tõlgendada nii, et andmesubjekt oli teadlik asjaomaste andmete üldsusele kättesaadavaks muutumisest, mis tähendab nende kättesaadavaks muutumist kõigile, kaasa arvatud asutustele; seega, „[k]ahtluse korral tuleks kohaldada kitsast tõlgendust […]“.

130. Isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 26 lõikes 1 on sätestatud, et kaasvastutavad töötlejad peavad määrama läbipaistval viisil kindlaks oma vastutusvaldkonnad isikuandmete kaitse üldmäärusest tulenevate kohustuste täitmisel, sealhulgas läbipaistvusnõuded, nagu eespool selgitatud.

131. Seoses ulatusega leiab Euroopa Andmekaitsenõukogu, et suunajate ja sotsiaalmeediateenuse osutajate vaheline kokkulepe peaks hõlmama kõiki töötlemistoiminguid, mille eest nad ühiselt vastutavad (st mis kuuluvad nende kaasvastutuse alla). Sõlmides üksnes pealiskaudse ja mittetäieliku kokkuleppe, rikuvad suunajad ja sotsiaalmeediateenuse osutajad isikuandmete kaitse üldmääruse artiklist 26 tulenevaid kohustusi.

> Neljandas näites peaks see kokkulepe kaasvastutuse korral hõlmama kogu isikuandmete töötlemist, st alates isikuandmete kogumisest jälgimispiksli abil seoses Schmidti külastusega veebisaidil ParimadKotid.com kuni reklaami kuvamiseni tema sotsiaalmeedia lehel ning suunamiskampaaniaga seotud võimaliku aruandluseni.

132. Põhjaliku kokkuleppe väljatöötamiseks peavad nii sotsiaalmeediateenuse osutaja kui ka suunaja olema teadlikud konkreetsetest andmetöötlustoimingutest ja saama nende kohta piisavalt üksikasjalikku teavet. Seetõttu peaks suunaja ja sotsiaalmeediateenuse osutaja vaheline kokkulepe sisaldama kogu teavet (või viitama sellele), mis on vajalik, et mõlemad pooled saaksid täita oma isikuandmete kaitse üldmäärusest tulenevaid kohustusi, sealhulgas kohustust järgida isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 5 lõike 1 kohaseid põhimõtteid ja kohustust tõendada nõuete täitmist kooskõlas isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 5 lõikega 2.

133. Näiteks kui vastutav töötleja kaalub õigusliku alusena isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõike 1 punkti f, on muu hulgas selleks, et saaks hinnata, kas andmesubjektide huvid või põhiõigused ja -vabadused on vastutava(te) töötleja(te) huvidest tähtsamad, vaja teada andmetöötluse ulatust. Ilma piisava teabeta töötlemise kohta ei ole sellist hindamist võimalik teha. Ühises kokkuleppes vajaliku teabe esitamise või sellele viitamise tähtsust ei saa üle hinnata, eriti olukordades, kus ühel poolel on peaaegu eranditult kõik teadmised ja ta omab ainsana juurdepääsu teabele, mida mõlemal poolel on isikuandmete kaitse üldmääruse järgimiseks vaja.

> Näiteks esimeses näites, kui ettevõtja X hindab, kas ta saab võtta õiguslikuks aluseks õigustatud huvi, et suunata 30–45-aastaseid mehi, kes on märkinud, et nad on vallalised, on vaja, et ettevõtjal oleks juurdepääs piisavale teabele sotsiaalmeedia platvormil toimuva töötlemise kohta, sealhulgas näiteks selle kohta, mis puudutab platvormi kehtestatud lisameetmeid (nt õigus eelnevalt vastuväiteid esitada), mille eesmärk on tagada, et andmesubjekti huvid ning põhiõigused ja -vabadused ei ole õigustatud huvidest tähtsamad.

134. Euroopa Andmekaitsenõukogu on seisukohal, et andmesubjekti õiguste tõhusa kaitse tagamiseks peaksid töötlemise eesmärk ja vastav õiguslik alus kajastuma ka kaasvastutavate suunajate ja sotsiaalmeediateenuse osutajate ühises kokkuleppes. Kuigi isikuandmete kaitse üldmäärus ei keela kaasvastutavatel töötlejatel kasutada eri töötlemistoimingute puhul erinevat õiguslikku alust, soovitatakse võimaluse korral kasutada konkreetse suunamisvahendi ja konkreetse eesmärgi puhul sama õiguslikku alust. Kui töötlemise iga etapp põhineb erineval õiguslikul alusel, muudaks see õiguste kasutamise andmesubjekti jaoks võimatuks (nt ühes etapis oleks õigus andmete ülekandmisele, teises aga õigus esitada vastuväiteid).

135. Suunaja ja sotsiaalmeediateenuse osutaja on vastutavate töötlejatena mõlemad vastutavad eesmärgi piiramise põhimõtte järgimise tagamise eest ning seepärast peaksid nad lisama asjakohased sätted ühisesse kokkuleppesse.

> Näiteks kui suunaja soovib kasutada talle andmesubjekti poolt edastatud isikuandmeid, et kasutada suunamist sotsiaalmeedias, peab ta võtma asjakohaseid meetmeid tagamaks, et sotsiaalmeediateenuse osutaja ei kasuta esitatud andmeid edaspidi viisil, mis ei ole nende eesmärkidega kooskõlas, välja arvatud juhul, kui andmesubjektilt on saadud kehtiv nõusolek vastavalt isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 6 lõikele 4.
>
> Kolmandas näites peaks pank X tagama, et sotsiaalmeedia platvormiga sõlmitud ühine kokkulepe sisaldaks asjakohaseid sätteid selle kohta, et Lopezi e-posti aadressi ei kasutata ilma tema nõusolekuta muul eesmärgil kui nende pangateenustega seotud pakkumiste reklaamimiseks, mida ta juba kasutab.
>
> Samuti peab sotsiaalmeediateenuse osutaja tagama, et andmete kasutamine suunamise eesmärgil on kooskõlas eesmärgi piiramise, läbipaistvuse ja seaduslikkuse põhimõttega.

136. Muud kohustused, mida suunaja ja sotsiaalmeediateenuse osutaja peaksid oma ühise kokkuleppe raames arvesse võtma, on järgmised: isikuandmete kaitse üldmääruse artiklis 5 sisalduvad muud üldised andmekaitsepõhimõtted, töötlemise turvalisus, lõimitud ja vaikimisi andmekaitse, isikuandmetega seotud rikkumistest teavitamine, andmekaitsealased mõjuhinnangud, volitatud töötlejate kasutamine ja andmete edastamine kolmandatele riikidele.

> Näiteks 13. näites tuleks ühises kokkuleppes käsitleda küsimust, kes vastutavatest töötlejatest peaks andmekaitsealase mõjuhinnangu koostama ning kuidas tagama, et toimub asjakohane teadmiste vahetamine. Teisisõnu peaks erakond Muudame Maailma tagama, et tal on andmekaitsealase mõjuhinnangu koostamisel piisavalt teavet, näiteks sotsiaalmeedia platvormi kehtestatud turvameetmete kohta.

137. Samuti peab sotsiaalmeediateenuse osutaja ja suunaja vaheline ühine kokkulepe sisaldama konkreetset teavet selle kohta, kuidas tuleb isikuandmete kaitse üldmäärusest tulenevaid kohustusi praktikas täita. Kui kohustuste täitmise viis ei ole selge, eelkõige seoses andmesubjekti õigustega, loetakse, et nii suunaja kui ka sotsiaalmeediateenuse osutaja tegutsevad vastuolus isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 26 lõikega 1. Lisaks ei ole sellisel juhul kumbki (kaasvastutav) töötleja rakendanud asjakohaseid tehnilisi ja korralduslikke meetmeid, et tagada ja tõendada, et töötlemine toimub kooskõlas isikuandmete kaitse üldmäärusega, ning seetõttu on nad jätnud täitmata oma artikli 5 lõikest 2 ja artiklist 24 tulenevad kohustused.

9.2 Vastutuse tasandid

138. Euroopa Andmekaitsenõukogu märgib, et suunajad, kes soovivad kasutada sotsiaalmeediateenuse osutaja pakutavaid suunamisvahendeid, võivad seista silmitsi vajadusega järgida eelnevalt kindlaks määratud kokkuleppeid, ilma võimaluseta pidada läbirääkimisi või teha muudatusi („võta või jäta“ tingimused). Euroopa Andmekaitsenõukogu leiab, et selline olukord ei tee olematuks sotsiaalmeediateenuse osutaja ja suunaja ühist vastutust ega vabasta kumbagi poolt isikuandmete kaitse üldmäärusest tulenevatest kohustustest. Ühise kokkuleppe mõlemad pooled on ühtlasi kohustatud tagama, et vastutuse jaotus kajastab nõuetekohaselt nende vastavaid ülesandeid ja suhteid andmesubjektidega praktilisel, tõesel ja läbipaistval viisil.

139. Oluline on rõhutada, et isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 26 kohane kokkulepe ei saa olla (kaas)vastutava töötleja juriidiliste kohustuste suhtes esimuslik. Kui kooskõlas isikuandmete kaitse üldmääruse artikliga 26 „määravad [kaasvastutavad töötlejad] kaasvastutava töötleja vastutusvaldkonna [isikuandmete kaitse üldmääruse] kohaste kohustuste täitmisel“, jääb iga vastutav töötleja põhimõtteliselt vastutavaks isikuandmete töötlemise nõuete täitmise eest. See tähendab, et iga vastutav töötleja vastutab muu hulgas isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 5 lõikes 1 sätestatud põhimõtete, sealhulgas kõnealuse määruse artikli 5 lõike 1 punktis a sätestatud seaduslikkuse põhimõtte järgimise eest.

140. Siiski võib suunaja ja sotsiaalmeediateenuse osutaja vastutuse määr seoses konkreetsete kohustustega erineda. Euroopa Liidu Kohus märkis kohtuotsuses Wirtschaftsakademie, et „kaasvastutuse olemasolu [ei tähenda] tingimata, et isikuandmete töötlemisse kaasatud erinevad ettevõtjad vastutavad võrdselt. […] need ettevõtjad võivad olla isikuandmete töötlemisse kaasatud eri etappides ja erineval määral, mistõttu tuleb neist igaühe vastutust hinnata juhtumi kõiki tähtsust omavaid asjaolusid arvesse võttes“. [105]

141. Teisisõnu, kuigi kaasvastutavad töötlejad vastutavad mõlemad isikuandmete kaitse üldmäärusest tulenevate kohustuste täitmise eest ja kuigi andmesubjekt võib kasutada oma õigusi iga vastutava töötleja suhtes, tuleb nende vastutuse taset hinnata vastavalt nende tegelikule rollile töötlemisel. Euroopa Liidu Kohus selgitas kohtuotsuses Google Spain, et vastutav töötleja peab „oma ülesannete, pädevuse ja võimaluste piires“ tagama, et isikuandmete töötlemine vastab ELi andmekaitseõiguse nõuetele[106].

142. Suunajate ja sotsiaalmeediateenuse osutajate vastutuse taseme hindamisel võivad asjakohased olla mitu tegurit, näiteks võime mõjutada töötlemist praktilisel tasandil ning iga kaasvastutava töötleja tegelikud või tõlgenduslikud teadmised. Samuti on oluline, et oleks selge, millises töötlemise etapis ja millises ulatuses või mil määral on suunaja ja sotsiaalmeediateenuse osutaja töötlemise eest vastutavad[107].

Esimeses näites korraldab ettevõtja X reklaamikampaania, et konkreetsetele suunamiskriteeriumidele vastavatele kasutajatele saaks sotsiaalmeedia platvormil näidata ettevõtte reklaami. Kuigi ta määrab kindlaks reklaamikampaania parameetrid, ei kogu ta isikuandmeid ega oma neile juurdepääsu, samuti puudub tal otsene kontakt andmesubjektiga. Kõik need elemendid võivad olla suunaja ja sotsiaalmeediateenuse osutaja vastutuse taseme (või määra) hindamisel asjakohased, kui on tuvastatud isikuandmete kaitse üldmääruse rikkumine (nt kui andmesubjekti suhtes puudub läbipaistvus või ei tagata töötlemise seaduslikkust). Nagu eespool märgitud, on mõlemad pooled igal juhul kohustatud võtma asjakohaseid meetmeid, et täita isikuandmete kaitse üldmääruse nõudeid ja kaitsta andmesubjektide õigusi ebaseadusliku töötlemise eest.

Kolmandas näites, milles oli juttu nimekirjapõhisest suunamisest, on olukord veidi teistsugune kui esimeses näites. Kolmandas näites kogus pank algselt isikuandmeid ja jagas neid suunamise eesmärkidel sotsiaalmeediateenuse osutajaga. Sellisel juhul on suunaja andmete kogumise ja edastamise etapi tahtlikult põhjustanud. Iga osaleja vastutuse taseme hindamisel tuleks kõiki neid

[105] Kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, 5. juuni 2018, Wirtschaftsakademie, C-210/16, punkt 43.
[106] Vt ka kohtuotsus, Euroopa Liidu Kohus, Google Spain, C-131/12 („ülesanded, pädevus ja võimalused“).
[107] Euroopa Andmekaitsenõukogu on seisukohal, et paljudel juhtudel viib eespool nimetatud kriteeriumidel (nt suunamiskriteeriumide kehtestamisel kasutatavad andmed, andmesubjekti andmete võrdlemine, nõusoleku saamine) põhinev hindamine tõenäoliselt tulemuseni, et sotsiaalmeediateenuse osutajal on töötlemisele suurem faktiline mõju ja seega on tal suurem vastutus, olenevalt kasutatavast konkreetsest suunamismehhanismist.

elemente arvesse võtta ning need peaksid olema ühise kokkuleppe tingimustes nõuetekohaselt kajastatud.

Samamoodi tuleks neljandas näites pikslipõhise suunamise puhul arvesse võtta, et veebisaidi haldaja võimaldab isikuandmete edastamist sotsiaalmeediateenuse osutajale. Nimelt integreerib ParimadKotid.com oma veebisaidile jälgimispiksli, et Schmidti saaks suunata, kuigi viimane on otsustanud, et ei osta midagi[108]. Seepärast osaleb veebisait aktiivselt andmete kogumises ja edastamises. Kaasvastutava töötlejana on sotsiaalmeediateenuse osutaja siiski kohustatud võtma asjakohaseid meetmeid, et täita isikuandmete kaitse üldmääruse nõudeid ja kaitsta andmesubjektide õigusi ebaseadusliku töötlemise eest. Kui taotletakse andmesubjekti nõusolekut, peaksid kaasvastutavad töötlejad sellisel juhul kokku leppima, kuidas nõusolek tegelikult saadakse.

143. Seoses sotsiaalmeediateenuse osutaja vastutuse taseme hindamisega märgib Euroopa Andmekaitsenõukogu, et paljud suunamismehhanismid põhinevad profiilianalüüsil ja/või muudel andmetöötlustoimingutel, mida sotsiaalmeediateenuse osutaja on varem teinud. Sotsiaalmeediateenuse osutaja otsustab töödelda oma kasutajate isikuandmeid nii, et selle tulemusel töötatakse välja suunamiskriteeriumid, mille ta teeb kättesaadavaks suunajatele. Selleks on sotsiaalmeediateenuse osutaja teinud sõltumatult teatavad otsused töötlemise kohta, näiteks selle kohta, milliseid andmekategooriaid töödeldakse, milliseid suunamiskriteeriume pakutakse ja kellel on juurdepääs (mis liiki) isikuandmetele, mida konkreetse suunamiskampaania raames töödeldakse. Enne suunamisteenuste pakkumist peavad sellised töötlemistoimingud olema kooskõlas ka isikuandmete kaitse üldmäärusega.

144. Eelmistes punktides nimetatud näited osutavad, kui oluline on, et sotsiaalmeediateenuse osutajate ja suunajate vahel sõlmitud kaasvastutavate töötlejate kokkuleppes oleks vastutus selgelt jagatud. Kuigi kokkuleppe tingimused peaksid iga osalise vastutuse taset igal juhul kajastama, on iga osalise ülesandeid ja suutlikkust nõuetekohaselt kajastav põhjalik kokkulepe vajalik mitte ainult isikuandmete kaitse üldmääruse artikli 26, vaid ka muude kõnealuse määruse eeskirjade ja põhimõtete järgimiseks.

145. Lõpuks märgib Euroopa Andmekaitsenõukogu, et kuivõrd sotsiaalmeediateenuse osutaja ja suunaja vahelise ühise kokkuleppe tingimused ei ole järelevalveasutustele siduvad, võivad järelevalveasutused kasutada oma pädevust ja volitusi kummagi kaasvastutava töötleja suhtes, tingimusel et kõnealune kaasvastutav töötleja kuulub asjaomase järelevalveasutuse pädevusalasse.

[108] Lisaks sellele, kuna ParimadKotid.com on integreerinud oma veebisaidile sotsiaalmeedia jälgimispiksli, vastutab ta ühtlasi e-privaatsuse direktiivi nõuete täitmise eest seoses selle vahendiga. See on oluline ka vastutuse taseme kindlaksmääramisel, kuna piksel hõlbustab isikuandmete töötlemist.