



**02005/11/HU**  
**WP 188**

**16/2011. sz. vélemény a viselkedésalapú online reklám bevált gyakorlatára  
vonatkozó EASA/IAB-ajánlásról**

**Elfogadás időpontja: 2011. december 08.**

A munkacsoportot a 95/46/EK irányelv 29. cikke alapján hozták létre. Független európai tanácsadó testület az adatvédelem és a magánélethez való jog területén. Feladatait a 95/46/EK irányelv 30. cikke és a 2002/58/EK irányelv 15. cikke írja le.

Titkárságát az Európai Bizottság Jogértvényesülési Főigazgatóságának C Igazgatósága (Alapvető jogok és uniós polgárság) biztosítja, címe: B-1049 Brussels, Belgium, Office No MO-59 02/013.

Weboldal: [http://ec.europa.eu/justice/data-protection/index\\_hu.htm](http://ec.europa.eu/justice/data-protection/index_hu.htm)

## TARTALOMJEGYZÉK

<b>I. BEVEZETÉS</b> .....	3
<b>II. A VISELKEDÉSALAPÚ ONLINE REKLÁM BEVÁLT GYAKORLATÁRA VONATKOZÓ AJÁNLÁS ELEMZÉSE</b> .....	4
<b>II.1. Tájékoztatás (I. alapelv)</b> .....	4
<b>II.2. Felhasználói döntés a viselkedésalapú online reklámról (II. alapelv)</b> .....	6
<b>II.3. Egyéb alapelvek és problémás területek</b> .....	7
<b>II.3.A. Szenzitív szegmentáció (IV. alapelv) A gyermekek külön említése</b> .....	7
<b>II.3.B. Megfelelés és végrehajtás (VI. alapelv)</b> .....	8
<b>II.3.C. A gyűjtött adatok megőrzési ideje</b> .....	8
<b>III. Néhány pontosítás a cookie-k és a hozzájárulás kapcsán</b> .....	8
<b>III.1. A viselkedésalapú reklám személyes adatok feldolgozásával jár</b> .....	8
<b>III.2. A hozzájárulás nem minden típusú cookie esetében előírás</b> .....	9
<b>III.3. A felugró ablak nem az egyetlen megoldás a hozzájárulás beszerzésére</b> .....	10
<b>III.4. A hozzájárulást nem mindig kell folyamatosan megismételni a felugró ablakokon</b> .....	11
<b>IV. KÖVETKEZTETÉSEK</b> .....	13

## I. BEVEZETÉS

Az Európai Parlament és a Tanács 2009 novemberében elfogadta a 2009/136/EK irányelvet. Az irányelv a 2002-es elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelvet (2002/58/EK) módosította. A főbb módosítások egyike a felhasználók végberendezésén információk elhelyezésére szolgáló mechanizmusokat érintette: megszűnt az addigi rendszer, amelyben a felhasználó a hozzájárulás elutasítására vonatkozó lehetősége révén visszautasíthatta a végberendezésén (például „cookie-k” révén) gyűjtött információk feldolgozását. Az új rendszer a tájékoztatáson alapuló hozzájáruláson alapul. E módosítások igen fontosak a viselkedésalapú online reklám szempontjából, mivel az ágazat erőteljesen támaszkodik a cookie-k és a felhasználók végberendezésén információkat tároló és a tárolt információkat felhasználó hasonló technológiák alkalmazására.

A hozzájárulási követelmény bevezetésével a polgárok, politikusok, adatvédelmi hatóságok, fogyasztóvédelmi szervezetek és szakpolitikai döntéshozók egyre gyakrabban kifejezték aggályaikat amiatt, hogy túl gyorsan bővülnek a technikai lehetőségek az egyének internetes viselkedésének tartós – akár weboldalakon átívelő – nyomon követésére. Emellett a polgárok magánéletét és személyes adatait védő eszközök nem képesek lépést tartani az ilyen jellegű adatgyűjtés bővülésével. A szakpolitikai döntéshozókban 2009-re komoly kétségek fogalmazódtak meg azzal kapcsolatban, hogy a viselkedésalapú online reklám tekintetében az érintett reklámágazatra lehet-e hagyatkozni a viselkedésalapú online reklámmal kapcsolatos tudatosság növelését és a fogyasztók választási lehetőségeinek bővítését illetően. Számos régi és új nyilvános felmérés mutatja, hogy az átlagos internethasználó nincs tudatában annak, hogy internetes tevékenységeit cookie-k vagy más egyedi azonosítók segítségével nyomon követik, és nem ismeri az ilyen adatgyűjtést végzők személyét és célját sem. A tudatosság hiánya éles ellentétben áll azzal, hogy sok európai polgár egyre gyakrabban az internet segítségével végez olyan hétköznapi tevékenységeket, mint a vásárlás, olvasás, barátokkal való kapcsolattartás és információkeresés. Az internet ma már több hagyományos offline tevékenységet is kivált, például egyes közszolgáltatások elérését. A „vezeték” hozzáférést kiszorító mobil internet térhódítása miatt az internethasználók egyre bonyolultabb módokon tudják csak biztosítani védelmüket technikai eszközökkel.

Nem sokkal azután, hogy a tájékoztatáson alapuló hozzájárulás lett az európai jogi norma, a 29. cikk szerinti munkacsoport elfogadta 2/2010. sz. véleményét az online viselkedésen alapuló reklámról<sup>1</sup>. A vélemény a viselkedésalapú online reklámmal foglalkozó szereplők (az ágazat) feladatát és felelőségeit ismerteti, valamint tisztázza az alkalmazandó jogi keretet. A vélemény az internetes viselkedés tartós, weboldalakon átívelő nyomon követésére összpontosít, mivel a munkacsoport szerint a viselkedésalapú online reklámmal kapcsolatban ez jelenti a legfőbb adatvédelmi aggályok forrását.

2011 áprilisában az ágazat főbb szereplői, amelyeket az European Advertising Standards Alliance (Európai Önszabályozó Reklámszervezet, EASA) és az Internet Advertising Bureau Europe (Európai Internetes Reklámszövetség, IAB), önszabályozó

---

<sup>1</sup> [http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/docs/wpdocs/2010/wp171\\_hu.pdf](http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/docs/wpdocs/2010/wp171_hu.pdf)

ajánlást fogadtak el a viselkedésalapú online reklám bevált gyakorlatáról<sup>2</sup>. A 29. cikk szerinti munkacsoport 2011 augusztusában nyílt levelet<sup>3</sup> küldött az EASA-nak és az IAB-nak, amelyben felvázolta az EASA/IAB-kódexben javasolt, a hozzájárulás elutasítására vonatkozó megoldással kapcsolatos adatvédelmi aggályokat. A 29. cikk szerinti munkacsoporttal folytatott következő megbeszélésen az EASA és az IAB képviselői kijelentették, hogy „a kódex célja elsősorban az egyenlő versenyfeltételek megteremtése volt” és nem a módosított e-adatvédelmi irányelvnek való megfelelés biztosítása<sup>4</sup>.

A 29. cikk szerinti munkacsoport – amint azt már 2/2010. sz. véleményében is kifejtette – üdvözli az ágazat viselkedésalapú reklámmal kapcsolatos önszabályozási kezdeményezéseit. Az EASA/IAB-kódex magában foglal néhány olyan érdekes megközelítést (például az oktatásra vonatkozó V. alapelvet), amely továbbfejlesztése és végrehajtása esetén hatékonyabbá tehetné a hozzájárulási mechanizmusokat. Mindazonáltal az EASA/IAB-kódex önmagában nem megfelelő a jelenleg alkalmazandó európai adatvédelmi jogi keret betartásának biztosítására. A félreértések elkerülése végett a 29. cikk szerinti munkacsoport úgy döntött, hogy külön elemzésben tárja fel, hogy a [www.youronlinechoices.eu](http://www.youronlinechoices.eu) weboldallal kiegészített kódex mennyiben felel meg a vonatkozó jogi rendelkezéseknek.

Ez a vélemény főként az EASA/IAB-kódex első két alapelvére (tájékoztatás és felhasználói döntés), és ezeknek a [www.youronlinechoices.eu](http://www.youronlinechoices.eu) weboldalon való gyakorlati végrehajtására összpontosít. Emellett kitér a kódex néhány egyéb alapelvére és más kérdéses területekre (például az adatmegőrzésre) is. A 29. cikk szerinti munkacsoport emellett e helyen is megragadja a lehetőséget arra, hogy kiemlje a különbséget a nyomkövető cookie-k és az egyéb olyan cookie-k között, amelyek mentesíthetők a hozzájárulási kötelezettség alól, a mentesített cookie-kat gyakorlati példákkal is szemléltetve, valamint bemutatva a szükséges hozzájárulások beszerzésének jogilag lehetséges módzatait.

## **II. A VISELKEDÉSALAPÚ ONLINE REKLÁM BEVÁLT GYAKORLATÁRA VONATKOZÓ AJÁNLÁS ELEMZÉSE**

### **II.1. Tájékoztatás (I. alapelv)**

A módosított elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv 5. cikkének (3) bekezdése szerint a hozzájárulásnak tájékoztatáson kell alapulnia. A gyakorlatban ez azt jelenti, hogy a felhasználónak azután kell hozzájárulását adnia a végberendezésében történő adattároláshoz, illetve az ott tárolt adatokhoz való hozzáféréshez, hogy a 95/46/EK irányelvvel összhangban – többek között az adatkezelés céljairól szóló – egyértelmű és

---

<sup>2</sup> [http://www.easa-alliance.org/binarydata.aspx?type=doc/EASA\\_BPR\\_OBA\\_12\\_APRIL\\_2011\\_CLEAN.pdf/download](http://www.easa-alliance.org/binarydata.aspx?type=doc/EASA_BPR_OBA_12_APRIL_2011_CLEAN.pdf/download)

<sup>3</sup> A 29. cikk szerinti munkacsoport 2011. augusztus 3-i levele az online viselkedésalapú reklám ágazatához az önszabályozási keret kapcsán, [http://ec.europa.eu/justice/data-protection/article-29/documentation/other-document/files/2011/20110803\\_letter\\_to\\_oba\\_annexes.pdf](http://ec.europa.eu/justice/data-protection/article-29/documentation/other-document/files/2011/20110803_letter_to_oba_annexes.pdf)

<sup>4</sup> A 29. cikk szerinti munkacsoport 2011. szeptember 14-i sajtóközleménye, [http://ec.europa.eu/justice/data-protection/article-29/press-material/press-release/art29\\_press\\_material/20110914\\_press\\_release\\_oba\\_industry\\_final\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/justice/data-protection/article-29/press-material/press-release/art29_press_material/20110914_press_release_oba_industry_final_en.pdf)

teljes körű tájékoztatást kapott. Következésképpen a jogszabálynak való megfelelés érdekében a tájékoztatást még az adatfeldolgozás előtt egyértelmű és érthető formában közvetlenül a felhasználó rendelkezésére kell bocsátani. Az nem elég, ha a tájékoztatás „elérhető” valahol a felhasználó által látogatott weboldalon.

Az EASA/IAB-kódex értelmében egy ikont kell használni a viselkedésalapú reklámról szóló tájékoztatásként. A kódex jelenlegi verziója szerint az ikon a [www.youronlinechoices.eu](http://www.youronlinechoices.eu) információs weboldalra irányítja át a felhasználót. E weboldalon a felhasználók a különböző reklámhálózatok listáján az adott vállalkozások bejelölésével jelezhetik reklámmal kapcsolatos preferenciáikat.

A vizsgált összefüggésben, illetve a felhasználók viselkedésalapú reklámmal kapcsolatos ismereteinek és tudatosságának hiányosságait figyelembe véve az említett ikonos megoldás önmagában nem elégséges ahhoz, hogy az 5. cikk (3) bekezdésének értelmében megfelelően tájékoztassa a felhasználókat a cookie-k használatáról. Ez a következő okokra vezethető vissza:

a) Noha a jövőben az ikon széles körben ismertté válhat, az átlagos felhasználók további magyarázat nélkül jelenleg nem képesek megfejteni az ikon jelentését. Az ikon ugyanakkor hasznos kiegészítője lehet a tájékoztatás egyéb formáinak, mivel hozzáférést biztosít a felhasználói jogokra vonatkozó további információkhoz és tartósan felhívja a felhasználók figyelmét arra, hogy nyomon követhetjük viselkedésüket.

b) Az érthetőség érdekében a tájékoztatást olyan egyértelmű nyelvezeten kell nyújtani, amelyből a felhasználók számára rögtön világossá válhat, hogy internetes böngészésüket nyomon követhetjük és célzott reklámok címzettjeivé válhatnak. Pusztán a „reklám” szónak az ikon melletti feltüntetéséből a felhasználó nem fogja tudni, hogy a hirdetés a viselkedésalapú reklám céljaira cookie-kat fog használni. A szövegnek legalább a „személyre szabott hirdetés” címszavakat tartalmaznia kell.

c) Az ikon *azután* szolgálhat további információforrásként és figyelmeztetésként, hogy az előfizető vagy a felhasználó hozzájárulását adta adatainak a viselkedésalapú reklám céljára történő feldolgozásához. A javasolt ikonos megközelítés így a jelenlegi jogi keret előírásait tekintve nem alkalmas az előzetes tájékoztatás céljaira (hacsak nem jár együtt valamely, a felhasználó hozzájárulásának megszerzését célzó egyéb módszerrel).

d) A tájékoztatásnak – amint azt a 95/46/EK irányelv 10. cikke is rögzíti – helyesnek és hiánytalanoknak kell lennie. A 29. cikk szerinti munkacsoport fel kívánja idézni 2/2010. sz. véleményét, amelyben megállapította: „A reklámhálózat-szolgáltatók/közzétevők kötelesek a 95/46/EK irányelv 10. cikkével összhangban tájékoztatni a felhasználókat. A gyakorlatban ez azt jelenti, hogy gondoskodniuk kell arról, hogy az egyének legalább a következőkre kiterjedően kapjanak tájékoztatást: ki (azaz milyen személy) felelős a cookie elhelyezéséért és a kapcsolódó információk gyűjtéséért. Ezen túlmenően közérthető módon tájékoztatni kell az érintetteket a következőkről: (a) a cookie-t profilkészítésre fogják használni; (b) milyen típusú információt gyűjtenek össze az ilyen profilok készítéséhez; (c) a profilokat célzott reklám küldéséhez fogják használni; és (d) a cookie lehetővé fogja tenni a felhasználó azonosítását több egyéb honlapon is. A reklámhálózat-szolgáltatók/közzétevők kötelesek a tájékoztatást közvetlenül a képernyőn, interaktív módon megjeleníteni, szükség esetén többszintű értesítéseken

keresztül. A tájékoztatásnak minden esetben könnyen elérhetőnek és igen jól láthatónak kell lennie”.

Mivel az ikon maga és a [www.youronlinechoices.eu](http://www.youronlinechoices.eu) weboldal nem ad pontos és könnyen érthető információt a különböző adatkezelőkről (reklámhálózatokról) és az adatfeldolgozás céljairól, a kódex és a weboldal nem felel meg a módosított elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv követelményeinek.

## **II.2. Felhasználói döntés a viselkedésalapú online reklámról (II. alapelv)**

A 29. cikk szerinti munkacsoport a 2/2010. sz. véleményében megállapította, hogy az „5. cikk (3) bekezdésének szó szerinti szövegezéséből az alábbiak következnek: i) a hozzájárulást a cookie elhelyezése és/vagy a felhasználó végberendezésén tárolt információ gyűjtése előtt kell beszerezni, és ezt általában előzetes hozzájárulásnak nevezik, és ii) a tájékoztatáson alapuló hozzájárulás csak akkor szerezhető be, ha a felhasználót előzetesen tájékoztatták a cookie küldéséről és annak céljáról. Ebben az összefüggésben fontos figyelembe venni azt, hogy a hozzájárulás akkor érvényes – függetlenül attól, hogy azt milyen körülmények között adták –, ha azt szabadon és az adott esetre vonatkozóan tették, és az az érintett tájékoztatáson alapuló óhaját fejezi ki. A hozzájárulást a személyes adatok gyűjtését megelőzően kell beszerezni, azt biztosítandó, hogy az érintettek teljes mértékben tisztában legyenek azzal, hogy hozzájárulásukat adják, és azzal is, hogy mihez. A hozzájárulásnak továbbá visszavonhatónak kell lennie.”

Az EASA/IAB-kódex a felhasználói hozzájárulás keresése helyett a „döntési jog” gyakorlására ígér lehetőséget adni. Valójában ez a hozzájárulás elutasítására vonatkozó lehetőség, mivel a felhasználónak az adatgyűjtés és a viselkedésalapú online reklám céljaira való feldolgozás visszautasítására van joga.

Ez a „döntés” nincs összhangban a módosított elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv 5. cikkének (3) bekezdésével, mert az adatok feldolgozására valójában már anélkül sor kerül, hogy a felhasználó ehhez hozzájárulna vagy a feldolgozásról előzetesen tájékoztatnák. Ennek következtében a II. alapelv betartása nem elégséges a módosított elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelvben meghatározott követelmény teljesítéséhez.

### **- A felhasználói döntést lehetővé tevő oldal: [www.youronlinechoices.eu](http://www.youronlinechoices.eu)**

Az EASA/IAB-kódex első gyakorlati alkalmazásának eredménye a [www.youronlinechoices.eu](http://www.youronlinechoices.eu) weboldal, ahol a felhasználói döntés kifejezésére különböző, a hozzájárulás elutasítására vonatkozó cookie-kat alkalmaznak. Az ilyen cookie-k segítségével a reklámhálózat rögzítheti, hogy a felhasználó a továbbiakban visszautasítja a viselkedésalapú online reklámban való részvételét. Ez a módszer könnyen módosítható lenne a módosított irányelv 5. cikke (3) bekezdésének való megfelelés érdekében, egy előzetes hozzájárulást igénylő megoldás bevezetésével, amelyet a későbbiekben fejtünk ki.

A weboldal egy listát tartalmaz a különböző reklámhálózatok nevével. A felhasználók jelezhetik azon preferenciáikat, hogy nem kívánnak célzott reklámot fogadni egy, több

vagy az összes hálózattól sem. Egy vagy több reklámhálózat kiválasztása az adott hálózatok egy vagy több, hozzájárulás elutasítására vonatkozó cookie-jának telepítését vonja maga után.

Ez a megoldás, eltekintve attól, hogy hozzájárulás elutasítására vonatkozó megközelítést alkalmaz és így nem áll összhangban a módosított elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv 5. cikkének (3) bekezdésében meghatározott, előzetes tájékoztatáson alapuló hozzájárulás követelményével, a következő további problémákat is felveti:

- a) Noha a hozzájárulás elutasítására vonatkozó cookie meggátolja a további személyre szabott hirdetések fogadását, nem gátolja meg a reklámhálózatot abban, hogy adatokat tároljon és azokhoz hozzáférjen a felhasználó végberendezésén. Éppen ellenkezőleg, bebizonyosodott, hogy a hozzájárulás elutasítására vonatkozó cookie telepítése után a felhasználó végberendezése és a reklámhálózat között tovább folyik az információcsere.
- b) A felhasználó nem kap tájékoztatást arról, hogy a nyomkövető cookie fennmarad-e a számítógépén, és ha igen, mi célból<sup>5</sup>.
- c) A hozzájárulás elutasítására vonatkozó cookie telepítése nem jár együtt a korábban telepített nyomkövető cookie-k kezelésével és törlésével, noha azt a – téves – képzetet kelti, hogy a hozzájárulás elutasítása kizárja az internetes viselkedés nyomon követését.

A problémát súlyosbítja, hogy a [www.youronlinechoices.eu](http://www.youronlinechoices.eu) weboldal maga is több olyan JavaScript funkcióhoz ad linket, amely alkalmas az egyéni felhasználók nyomon követésére. A nyomkövetésre ezen esetekben a felhasználó tájékoztatása nélkül kerül sor, sőt, két esetben a hozzájárulás elutasítására vonatkozó lehetőség sem elérhető<sup>6</sup>. Az ezzel a technikai megoldással kapcsolatos kérdéseinkre mind a mai napig nem kaptunk választ az IAB-től és az EASA-tól, több írásbeli emlékeztető ellenére sem.

## **II.3. Egyéb alapelvek és problémás területek**

### **II.3.A. Szenzitív szegmentáció (IV. alapelv) A gyermekek külön említése**

A kódex a gyermekek 12. életévének betöltését írja elő adataik feldolgozhatóságához. Ezt az alapelvet üdvözölni lehet, meg kell említeni azonban, hogy a küszöbértéknek nincs jogalapja. Az ajánlásban egyértelműen rögzíteni kellene, hogy a küszöbérték „a belföldi jogban meghatározott különböző kötelező követelményektől függ”.

---

<sup>5</sup> „Ha kikapcsolja a viselkedésalapú reklámokat, az nem azt jelenti, hogy a továbbiakban nem fog találkozni internetes reklámokkal. Választásával ugyanakkor eléri, hogy a különböző weboldalak látogatásakor az Ön által éppen használt böngésző felületén megjelenő reklámok nem veszik figyelembe az Ön valószínűsíthető érdeklődési körét vagy preferenciáit.” Forrás: <http://www.youronlinechoices.com/uk/your-ad-choices>.

<sup>6</sup> A weboldal öt különböző külső harmadik fél Java Script alkalmazását tartalmazza. Futtatásukkal olyan felhasználói információk gyűjthetők, mint az IP-cím, a referer vagy a böngésző egyedi beállításai.



A 29.cikk szerinti munkacsoport üdvözli a IV. alapelv B. részét, amely rögzíti, hogy csak a felhasználó kifejezett előzetes hozzájárulásával lehet létrehozni vagy megcélozni a viselkedésalapú online reklám olyan szegmenseit, amelyek különleges személyes adatokra építenek.

### **II.3.B. Megfelelés és végrehajtás (VI. alapelv)**

Az EASA/IAB-kódex a tekintetben is magában foglal intézkedéseket, hogy biztosítsa aláíró felei megfelelését rendelkezéseinek; ide tartozik különösen a független ellenőrzés alatt álló és időszakonként megújítható megfeleléségi „bélyeggel” kiegészített öntanúsítási folyamat. A 29. cikk szerinti munkacsoport elismeri az ágazati belső megfeleléségi szabályok létjogosultságát, ki szeretné emelni azonban, hogy a kódexnek lényegében az európai adatvédelmi jogszabályoknak kell megfelelniük. Ezzel összefüggésben rá kell mutatni, hogy a viselkedésalapú online reklámmal foglalkozó szolgáltatók jogi megfelelésének ellenőrzéséért és a kapcsolódó jogérvényesítési intézkedések végrehajtásáért végső soron a nemzeti szabályozók felelősek.

### **II.3.C. A gyűjtött adatok megőrzési ideje**

Amint azt a 2/2010. sz. véleményben már kifejtettük: „*A reklámhálózat-szolgáltatók kötelesek olyan adatmegőrzési rendszert kialakítani, amely biztosítja, hogy a cookie-k egyes olvasásai során gyűjtött információk automatikusan törölődjenek egy indokolt hosszúságú (az adatfeldolgozáshoz szükséges) időszakot követően.*” Emellett a viselkedésalapú reklámmal kapcsolatos adatgyűjtésnek és -feldolgozásnak a minimumra kell szorítkoznia. Az EASA/IAB-kódex nem tartalmaz rendelkezést a gyűjtött adatok mennyiségéről és az egyes célokhoz kötődő adatmegőrzési határidőkről. Mivel a weboldal jelenleg erről sem ad tájékoztatást, nem tudható, hogy a különböző reklámhálózatok milyen mennyiségű adatot gyűjtenek, azt mennyi ideig tárolják és milyen célból dolgozzák fel. E tájékoztatás elengedhetetlenül szükséges ahhoz, hogy a felhasználó teljes körűen tájékozódva adja hozzájárulását profiljának elkészítéséhez. Az átláthatóság és a tudatosság hiánya miatt általában véve kifejezetten nem kívánatos, hogy e tekintetben minden reklámhálózat saját adatmegőrzési politikát alkalmazzon, vagyis igen hasznos lett volna egy önszabályozási kezdeményezés kialakítása. Egy ilyen kezdeményezés révén legalább azt az időtartamot meg kell határozni, amelyben a hozzájárulás érvényesnek tekinthető, és amelynek leteltével az adatok törlésre kerülnek.

## **III. Néhány pontosítás a cookie-k és a hozzájárulás kapcsán**

### **III.1. A viselkedésalapú reklám személyes adatok feldolgozásával jár**

A [www.youronlinechoices.eu](http://www.youronlinechoices.eu) weboldal egyes részein az olvasható, hogy „... a legtöbb esetben az Önnek szóló hirdetésekhez felhasznált adatok annyiban nem személyes jellegűek, amennyiben Önt nem azonosítják ...”, illetve hogy a cookie „bizonyos funkciók javítása és a böngészés személyre szabása érdekében néhány alapvető, személytelen információt [tárol] az Ön számítógépén”. Ezekkel az érvekkel azt kívánják bizonyítani, hogy a viselkedésalapú reklámok nyújtása céljából telepített cookie-k nem



tartoznak az adatvédelmi jogszabályok hatálya alá. A 29. cikk szerinti munkacsoport újból utal 2/2010. sz. véleményére, amelyben felvázolja, hogy a viselkedésalapú reklám egyedi azonosítók feldolgozásával jár, még akkor is, ha erre cookie-k vagy más eszközazonosítás útján kerül sor. Az ilyen egyedi azonosítók alkalmazása lehetővé teszi, hogy az IP-címek törlése vagy anonimizálása esetén is nyomon kövessék egy adott számítógép használóit. Más szóval, az ilyen egyedi azonosítók a különböző weboldalak látogatásakor a viselkedésalapú reklám céljaira lehetővé teszik az érintettek „kiválogatását”, vagyis személyes adatnak minősülnek.

A 29. cikk szerinti munkacsoport emellett meg kívánja jegyezni, hogy, hogy a módosított elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv 5. cikkének (3) bekezdése attól függetlenül is alkalmazandó, hogy a felhasználó végberendezésében tárolt vagy hozzáférhető információ tartalmaz-e személyes adatokat vagy sem.

### III.2. A hozzájárulás nem minden típusú cookie esetében előírás

Az EASA és az IAB azzal is érvel, hogy minden egyes cookie telepítése „kifejezett” hozzájárulást igényel, ami zavarja a böngészést. A 29. cikk szerinti munkacsoport tisztázni szeretné, hogy a hozzájárulás nem minden típusú cookie esetében előírás, mivel a cookie-k többféle módon, különböző célokból és különböző feltételek mellett alkalmazhatók. A módosított elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv 5. cikkének (3) bekezdése szerint a cookie mentesíthető a tájékoztatáson alapuló hozzájárulás követelménye alól, ha annak „*kizárólagos célja az elektronikus hírközlő hálózaton keresztül történő közléstovábbítás*” vagy arra „*az előfizető vagy felhasználó által kifejezetten kért, az információs társadalommal összefüggő szolgáltatás nyújtásához a szolgáltatónak feltétlenül szüksége van*”.

A tájékoztatáson alapuló hozzájárulás követelménye alóli mentesítésre példa:

- *A jelszóval védett munkamenethez használt cookie.* Ez a cookie a felhasználó azonosítására szolgál az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásba<sup>7</sup> való belépés után; a felhasználó azonosítása ahhoz szükséges, hogy ne szakadjon meg a hírközlő hálózaton a szerverrel folytatott kommunikáció.
- *A bevásárlókosárhoz használt cookie.* Az internetes áruházakban jellemzően ilyen típusú cookie-kkal tárolják a felhasználó által (például a „kosárba” gomb megnyomásával) kiválasztott árucikkek hivatkozásait. Ez a cookie így feltétlenül szükséges a felhasználó által kifejezetten kért, az információs társadalommal összefüggő szolgáltatás nyújtásához.
- *Biztonsági cookie-k.* A biztonsági cookie-k elengedhetetlenek a 95/46/EK irányelv vagy más jogszabály által előírt biztonsági követelmények teljesítéséhez a felhasználó által kifejezetten kért, az információs társadalommal összefüggő szolgáltatás kapcsán. Az ilyen cookie-val például olyan egyedi azonosító hozható létre, amely lehetővé teszi, hogy az információs

---

<sup>7</sup> Az „információs társadalommal összefüggő szolgáltatás” fogalom meghatározása magában foglal minden olyan, szokás szerint díjazás ellenében nyújtott és a szolgáltatás igénybe vevőjének egyedi kérésén alapuló távszolgáltatást, amelyhez adatfeldolgozásra (ideértve a digitális tömörítést) és adattárolásra szolgáló elektronikus berendezést vesznek igénybe;

társadalommal összefüggő szolgáltatás nyújtója hatékonyabban ismerhesse fel a visszatérő felhasználókat. E nélkül, vagyis ha a belépési kérés korábban nem látott eszközről érkezik, a rendszernek további biztonsági kérdéseket kell feltennie.

A 29. cikk szerinti munkacsoport megjegyzi továbbá, hogy egyes cookie-k mentesíthetők ugyan az e-adatvédelmi irányelv 5. cikke (3) bekezdésében előírt tájékoztatáson alapuló hozzájárulás követelménye alól, de adott esetben olyan adatfeldolgozási folyamat részei lehetnek, amelynek összhangban kell állnia az általános adatvédelmi irányelvvel. Különösen az információs társadalommal összefüggő szolgáltatás nyújtóinak kell a mentesítés után is tájékoztatniuk a felhasználókat. A cookie-k alkalmazásáról szóló tájékoztatásra elegendő alkalom kínálkozik még azok telepítése előtt.

### III.3. A felugró ablak nem az egyetlen megoldás a hozzájárulás beszerzésére

Sokan tévesen úgy gondolják, hogy a felugró ablak az egyetlen módja a hozzájárulás beszerzésének. Ez nem így van. A hozzájárulás beszerzésének egyéb, felhasználóbarátabb módszereire számos példa hozható fel, ezekből áll itt néhány:

- *A weboldal felső részén elhelyezett állandó információs csík, amely a felhasználó hozzájárulását kéri egyes cookie-k telepítéséhez, és belinkel egy olyan adatvédelmi nyilatkozatot, amelyben részletesebb magyarázat található a különböző adatkezelőkről és az adatfeldolgozás céljairól.* Ilyen banner található jelenleg az Egyesült Királyság adatvédelmi hatóságának honlapján<sup>8</sup>.

- *a weboldal betöltésekor megnyíló bejelentkező képernyő (splash screen), amely elmagyarázza, kik és milyen cookie-kat fognak telepíteni, ha a felhasználó hozzájárul.* Ilyen bejelentkező képernyőket használnak például azok a sörföződéek, amelyek meg akarnak győződni arról, hogy látogatóik elég idősek a weboldal megtekintéséhez.

- *Egy olyan alapbeállítás, amely meggátolja az adatok külső felek felé való továbbítását; a felhasználó kattintással jelezheti, hogy hozzájárul a nyomon követéshez.* A német Heise elektronikus magazin gyakorlatias technikai megoldással<sup>9</sup> állt elő a Facebook által a „Like” gomb segítségével telepített és használt cookie-k kezelésére. A gomb alapértelmezésben világosszürke (inaktív), és csupán akkor válik aktívvá és lesz képes a felhasználói adatok feldolgozására, ha a felhasználó rákattint<sup>10</sup>.

- *Egy olyan alapbeállítás a böngészőben, amely megakadályozza a viselkedési adatok gyűjtését („Ne gyűjtse”).* Az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelvet módosító irányelv (66) preambulumbekzdése szerint a hozzájárulást a böngésző beállításai révén célszerű beszerezni a „95/46/EK irányelv vonatkozó rendelkezéseivel összhangban, amennyiben ez technikailag lehetséges”. Ez nem jelent kivételt az 5. cikk (3) bekezdése alól, inkább arra emlékeztet, hogy ebben a technológiai környezetben a hozzájárulás

<sup>8</sup> <http://www.ico.gov.uk>

<sup>9</sup> E megoldáshoz megfelelő kísérő információt kell csatolni ahhoz, hogy tájékoztatáson alapuló hozzájárulást kapjunk.

<sup>10</sup> A konkrét kód a <http://www.heise.de/ct/artikel/2-Klicks-fuer-mehr-Datenschutz-1333879.html> oldalon érhető el.

különböző módokon adható meg, ha ez technikailag lehetséges, eredményes és összhangban áll az érvényes hozzájárulásra vonatkozó egyéb releváns követelményekkel.

Alapkövetelményként megállapítható tehát, hogy a 95/46/EK irányelv követelményeinek való megfelelés céljából az érintettek hozzájárulása általánosságban nem vélelmezhető pusztán azon az alapon, hogy beszereztek/használtak egy olyan böngészőprogramot vagy más alkalmazást, amely alapbeállításként lehetővé teszi az információik gyűjtését és feldolgozását. Ahhoz, hogy a böngészők vagy más alkalmazások révén érvényes és eredményes hozzájárulásra lehessen szert tenni, azoknak meg kell követelniük, hogy az érintettek egy megerősítő cselekvés révén elfogadják a cookie-kban található információk bizonyos weboldalak általi rögzítését és folyamatos továbbítását. Ebből a célból kívánatos lenne, hogy a reklámhálózatok olyan speciális szoftveres alkalmazásokat (pluginokat és bővítményeket) fejlesszenek – a felhasználók pedig letöltsék és telepítsék ezeket –, amelyek lehetővé tennék, hogy a böngészőprogram reklámokkal kapcsolatos cookie-kra vonatkozó beállításait felhasználói program interfészek (API), vagy a böngésző tervezője által rendelkezésre bocsátott más eszközök útján lehessen megváltoztatni. A felhasználóknak az adatfeldolgozásra vonatkozó tájékoztatást a konkrét „reklámcélú” plugin telepítését megelőző lépésként kell megkapniuk. Emellett az az érv szól, hogy az előzetes hozzájárulást igénylő mechanizmus megfelelő működésének előfeltétele, hogy harmadik felek cookie-jai alapértelmezésben ne legyenek elfogadottak a böngésző beállításában.

A 29. cikk szerinti munkacsoport üdvözli a böngészőprogramok fejlesztőinek az olyan adatvédelmi megoldások fejlesztésével kapcsolatos közelmúltbeli kezdeményezéseit, mint a Do Not Track (Ne kövess)<sup>11</sup>, amelyek utat nyithatnak a böngészőbeállításokon alapuló szabályszerű hozzájárulási mechanizmusok előtt, feltéve hogy ezek a mechanizmusok valóban lehetővé teszik, hogy az alapértelmezésben nem nyomon követett felhasználók eseti alapon döntsenek hozzájárulásuk kifejezéséről.

#### **III.4. A hozzájárulást nem mindig kell folyamatosan megismételni a felugró ablakokon**

Mivel sok weboldal tartalmaz olyan reklámhálózati cookie-kat, amelyek az 5. cikk (3) bekezdése alapján hozzájárulást igényelnek, az EASA és az IAB szerint a felhasználóknak böngészés közben folyamatosan hozzájárulási kéréseket kell megválaszolniuk. Ez az állítás azonban nem veszi figyelembe, hogy miután a felhasználó kifejezte hozzájárulását vagy elutasítását, többé már nincs szükség újbóli hozzájárulásának megkérdezésére ugyanazon szolgáltató ugyanolyan célt szolgáló cookie-jaival kapcsolatban. Így tehát ha a harmadik fél reklámhálózat valamely weboldalon megkapja a hozzájárulást a viselkedésalapú online reklámmal kapcsolatos cookie-hoz, akkor a hozzájárulás nem csupán az adott weboldal többi részén, hanem az egész reklámhálózat többi weboldalán is érvényes. Következésképpen az átlagos felhasználókat érintő hozzájárulási kérések száma a böngészés előrehaladtával, döntéseik kifejezésével egyre csökkenni fog.

---

<sup>11</sup> <http://www.w3.org/2011/tracking-protection/>

Amint a felhasználó hozzájárult egy adott cookie fogadásához, a cookie jelenléte az ilyen típusú hozzájárulás jelzéseként szolgálhat. A [www.youronlinechoices.eu](http://www.youronlinechoices.eu) weboldallal kapcsolatban álló reklámhálózatok által jelenleg alkalmazott, a hozzájárulás elutasítására vonatkozó technológia átalakítható előzetes hozzájárulást igénylő megoldássá. Illusztrációként a következő rendszert említhetjük:

- 1) Amikor a felhasználó (egy weboldal látogatásakor) első alkalommal kerül kapcsolatba a viselkedésalapú online reklám szolgáltatójával, még semmilyen cookie nincs rögzítve, így semmilyen információ nem kerül a reklámszolgáltatóhoz. A reklámszolgáltató bármely tájékoztatási felületen (ideértve a reklám feltűnésének helyét is) az alábbi választási lehetőségeket kínálhatja a felhasználónak:
  - A felhasználó a jövőbeni viselkedésalapú reklám céljaiból elfogadhatja az előzetes hozzájárulást igénylő cookie-t.
  - A felhasználó elutasíthatja a jövőbeni viselkedésalapú reklám céljaira szolgáló cookie-kat, ugyanakkor elfogadhatja azt a cookie-t, amely a „REFUSE” (elutasítás) szó feltüntetésével a jövőre nézve is rögzíti az elutasítás tényét<sup>12</sup>.
  - Egyáltalán nem tárol cookie-kat. Ebben az esetben a felhasználónak a következő látogatás alkalmával is felkínálják a választási lehetőségeket.
- 2) Amikor a felhasználó újból kapcsolatba kerül ugyanazon reklámszolgáltatóval, utóbbi az alábbi 3 lehetőségnek megfelelően járhat el:
  - Előzetes hozzájárulást igénylő cookie meglétekor a reklámszolgáltató elérhet és tárolhat cookie-kat a felhasználó végberendezésén, illetve viselkedésalapú reklámtevékenységet folytathat.
  - „REFUSE” cookie megléte esetén a reklámszolgáltató tudja, hogy a felhasználó elutasítja a cookie-kat (és így a viselkedésalapú reklámokat), tehát marad az általános reklámoknál.
  - Ha nem talál cookie-t, a reklámszolgáltató feltételezi, hogy a felhasználó első alkalommal jár nála, ezért felkínálja a választási lehetőségeket.

A hozzájárulás beszerzésére vonatkozó ezen módszertani javaslatunkat az érintett piaci szereplőknek további megfontolásra ajánljuk.

Végül, a [www.youronlinechoice.eu](http://www.youronlinechoice.eu) weboldal egyértelműen bizonyítja, hogy a viselkedésalapú online reklámmal kapcsolatos választási lehetőségek akár egyetlen oldalon is bemutatathatók, ahol a felhasználó kattintással jelezheti az egyes reklámszolgáltatókkal kapcsolatos preferenciáit. Ha egy weboldal több reklámszolgáltatót is alkalmaz, hasonló megoldás képzelhető el akképpen, hogy a felhasználót érintő összes szükséges hozzájárulási megkeresést egyetlen tájékoztatási felületen csoportosítják, ezzel csökkentve a felugró ablakok vagy a tájékoztatási felületek számát.

---

<sup>12</sup> A felhasználó elutasítását rögzítő cookie használata összhangban van az 5. cikk (3) bekezdésével, hiszen a felhasználó hozzájárulását e cookie kapcsán is kikérik.

#### IV. KÖVETKEZTETÉSEK

A 29. cikk szerinti munkacsoport a 2/2010. sz. véleményében kifejtetteknek megfelelően nem kérdőjelezi meg a viselkedésalapú reklám esetleges gazdasági előnyeit, de szilárd meggyőződése, hogy az ilyen tevékenységeket nem lehet az egyének magánélethez és adatvédelemhez fűződő jogainak kárára végezni. Az uniós adatvédelmi szabályozásban rögzített konkrét biztosítékokat tiszteletben kell tartani.

A viselkedésalapú online reklámmal kapcsolatos EASA/IAB-kódex betartása és a [www.youronlinechoices.eu](http://www.youronlinechoices.eu) weboldalon való részvétel nem jár a hatályos elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelvnek való megfeleléssel. Sőt, a kódex és a weboldal azt a hamis képzetet kelti, hogy a megfelelő választással el lehet kerülni a böngészés közbeni nyomon követést. Ez a hamis képzet nemcsak a felhasználók, hanem az ágazat kárára is lehet, amennyiben képviselői úgy vélik, hogy a kódex alkalmazásával teljesítik az irányelv követelményeit.

A reklámágazatnak pontosan be kell tartania az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv követelményeit; ez a vélemény bemutatta, hogy számos gyakorlati megoldás létezik a jogszabályok betartásának és a felhasználói élmények zavartalanságának együttes biztosítására.

Kelt Brüsszelben, 2011. december 8-án.

*a munkacsoport részéről*  
az elnök  
Jacob KOHNSTAMM