



Delphi

Digital marknadsföring

Den senaste utvecklingen gällande
spårning online

IT-rättsdagen – Emilia Larson

Idag

Spårning online, marknadsföringstjänster online, cookies och personuppgifter

- Ny reglering genom ePrivacy-förordningen?
- EDPB:s vägledning "targeting of social media users"
- "Tredjepartscookies död" - vad händer med online-annonseringen?



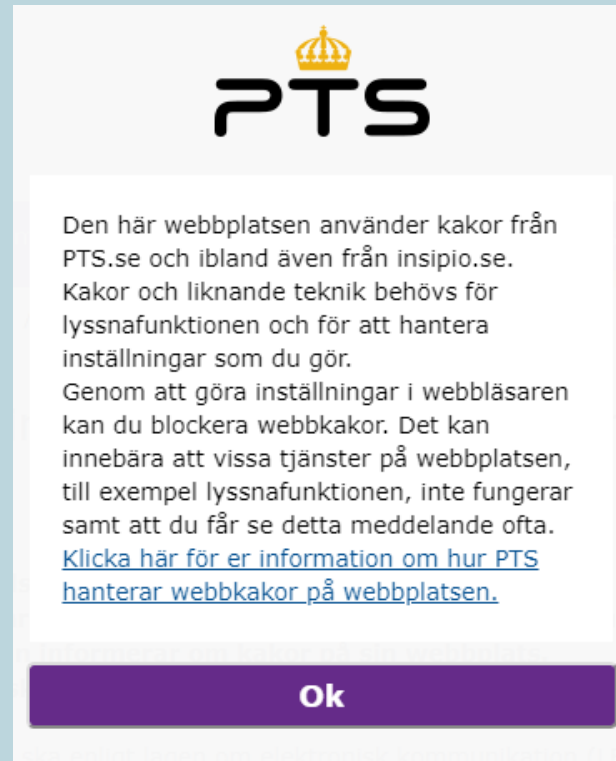
Extern granskning och media

- Spårning online får uppmärksamhet i media. Ekot har gjort flertalet granskningar
- Integritetsskyddsmyndigheten (IMY) har inlett flera granskningar av spårning online
- IMY:s granskning avser personuppgiftsbehandlingen
- noyb – Schrems
 - Pågående granskning och anmälningar
 - 422 företags cookiebanners i 10 länder



Redan idag finns regler för cookies

- Lagen om elektronisk kommunikation (LEK) = "Cookieslagen"
- I Sverige är Post- och telestyrelsen (PTS) tillsynsmyndighet
- PTS har i princip inte utövat någon tillsyn
- Varför bry sig?
 - Risk för böter i andra EU-länder
 - GDPR
 - Digital utveckling / EPR förhandlas

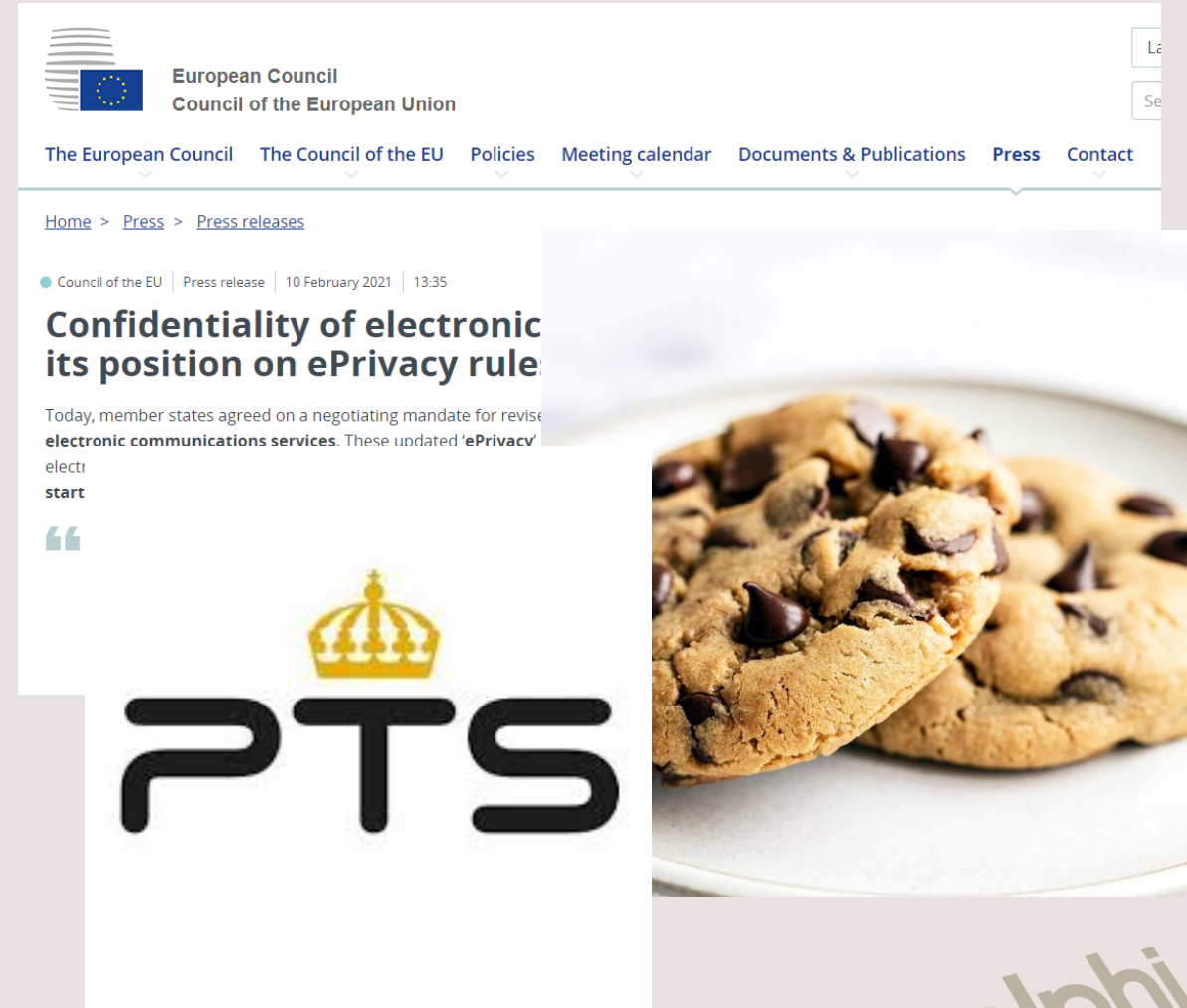




ePrivacyförordningen

ePrivacyförordningen

- Nya regler om cookies och liknande teknik
- Rådet enades om Portugals förslag till ePrivacyförordning
- Förhandlingarna har pågått länge. Inga nyheter om när man kommer enas om ePrivacyförordningen – diskussioner pågår
- Föreslås sanktionsavgifter på liknande nivå som enligt GDPR
- Även ett gäng vägledningar att hålla koll på



The image shows a screenshot of a press release from the European Council. The header includes the European Council logo and the text "European Council Council of the European Union". The navigation menu lists "The European Council", "The Council of the EU", "Policies", "Meeting calendar", "Documents & Publications", "Press", and "Contact". The breadcrumb trail is "Home > Press > Press releases". The press release is dated "10 February 2021 | 13:35" and is titled "Confidentiality of electronic communications services: its position on ePrivacy rule". The text of the press release is partially visible, starting with "Today, member states agreed on a negotiating mandate for revise electronic communications services. These updated 'ePrivacy' electr start". Below the press release is the PTS logo, which consists of a yellow crown above the letters "PTS" in a bold, black, sans-serif font. To the right of the PTS logo is a close-up photograph of several chocolate chip cookies on a white plate.

Vad menar vi med cookies idag?

- I princip alla tekniker som innebär åtkomst eller lagring av information från användarens enhet
- "cookies", "trackers", "pixlar", "plug-in-tjänster", "fingerprinting" (inte samma sak tekniskt)
- Både i webbläsare och appar



”Cookies och liknande teknik”

1. The use of processing and storage capabilities of terminal equipment and the collection of information from end-users’ terminal equipment, including about its software and hardware, other than by the end-user concerned shall be prohibited, except on the following grounds:

- a. it is necessary for the sole purpose of providing an electronic communication service; or
- b. the end-user has given consent; or
- c. it is strictly necessary for providing a service specifically requested by the end-user; or
- d. if it is necessary for the sole purpose of audience measuring, provided that such measurement is carried out by the provider of the service requested, where the processing for purpose other than that for which the information has been collected under this

h. Such further processing in accordance with paragraph 1 (g), if considered compatible, may only take place, provided that:

Union or Member State law which constitutes a duty to safeguard the objectives referred to in Articles 11 and 12 of Regulation (EU) 2016/679 or collecting information processed by or for the provider of the service requested shall, in order to ascertain whether processing of such information with the electronic communications data are

i. the information is erased or made anonymous as soon as it is no longer needed to fulfil the purpose,

ii. the processing is limited to information that is pseudonymised, and

iii. the information is not used to determine the nature or characteristics of an end-user or to build a profile of an end-user.

iv. For the purposes of paragraph 1 (g) and (h), data shall not be shared with any third parties unless the conditions laid down in Article 28 of Regulation (EU) 2016/697 are met, or data is made anonymous.

storage capabilities have been used for the intended further processing; the information has not been used or the information has not been shared between end-users concerned and the provider of the service requested; the processing of information as well as the storage capabilities have been used for the intended further processing where such intended further processing is necessary for the purposes of Article 10 of Regulation (EU) 2016/679 or 10 of Regulation (EU) 2016/679

ii. the processing is limited to information that is pseudonymised, and

iii. the information is not used to determine the nature or characteristics of an end-user or to build a profile of an end-user.

iv. For the purposes of paragraph 1 (g) and (h), data shall not be shared with any third parties unless the conditions laid down in Article 28 of Regulation (EU) 2016/697 are met, or data is made anonymous.

v. the existence of appropriate safeguards, such as encryption and pseudonymisation.

Reglering av cookies – artikel 8(1)

ePrivacyförordningen

- De ”gamla” grunderna finns kvar (a-c)
- Ingen intresseavvägning
- Nya grunder för att använda cookies:
 - Analys av besöksdata (d)
 - Säkerhet (da)
 - Uppdatering av mjukvara (e)
 - Lokalisering av terminalutrustning (f)
 - Behandling för andra ändamål än data ursprungligen insamlades för (g)
- De nya grunderna är otydliga och omfattningen är oklar

Övriga bestämmelser i EPR

ePrivacyförordningen reglerar mer än bara cookies och liknande teknik, bland annat:

- Regler om kommunikationsdata (innehåll och metadata)
- Regler vid kontakt och direktmarknadsföring
 - Mer enhetliga regler i EU
 - Pågår intensiva förhandlingar om just marknadsföringsfrågorna just nu. Bland annat arbetar Tyskland för att opt in ska krävas där opt out tidigare varit möjligt



A red-tinted photograph of a meeting table. In the foreground, a silver laptop is open, displaying a data table on its screen. To its right, a white smartphone and a black smartphone are lying on the table. In the background, another laptop is partially visible. On the left side of the table, there is a silver tray with several glasses of water. The overall scene suggests a professional meeting or a workshop. The text is overlaid in the center of the image.

EDPB vägledning
Targeting of social media
users

EDPB-vägledning

- Targeting of social media users
- Antagen 13 april 2021
- ICO har en liknande vägledning
- En bra vägledning! Särskilt om man vill lära sig mer om ämnet



Aktörer och roller

- Fyra aktörer:
 - **Social media users**
 - **Social media providers**
 - **Targeters** – organisationen som vill använda marknadsföringen, spårningen
 - **Other relevant actors** – t.ex. analytiker, nätverk och andra parter i adtech
- EDPB hänvisar till relevanta EU-avgöranden. Avgörandet om fanpages på Facebook, Jehovas vittnen och Fashion ID
- Svårt att ”undkomma” ansvar om organisationen drar nytta av en spårningsfunktion, tjänst etc. Även om en leverantör i praktiken närmare avgör exakt vilken teknik som används etc.

Ett exempel på tillsyn av cookies och spårningstjänster online – CNIL

- EUR 50 000 i sanktionsavgift för företag som låtit tredje parter sätta marknadsföringscookies på användarnas enheter utan föregående samtycke eller i strid med användarnas önskan
- Företaget hävdade att:
 - Marknadsföringscookies kom från tredje part och är inte företagets ansvar,
 - Diverse tekniska verktyg användes för att säkerställa en korrekt hantering(en plattform för samtyckeshantering och ett övervakningsverktyg). Verktygen signalerade till samarbetspartners när en användare inte gett sitt samtycke till cookiesanvändningen,
 - Företaget saknar tekniska möjligheter att få samarbetspartners att respektera de signaler som företaget skickade till dem och att iaktta reglerna, och
 - Företaget saknar kännedom om och möjlighet att kontrollera "sessionscookies".
- Hela beslutet finns [här](#) på franska

Risker med denna typ av behandling

- EDPB påtalar att spårning kan innebära bl.a. diskriminering samt kan påverka köpbeteende och valresultat
- Dessutom påtalar EDPB risker som följer av att vissa plattformar har stor makt och äger en mängd kanaler
- EDPB utvecklar detta en hel del, sammanfattningsvis mycket risker



Exempel från vägledningen I

Spårning baserat på information som användaren själv har lämnat till sociala medier-plattformen

- Intresseavvägning
 - Kräver att besökaren enkelt kan tacka nej innan spårningen
 - Intresseavvägning fungerar inte i de fall man trackar personer över många hemsidor, enheter etc. Då krävs samtycke

ELLER

- Samtycke

Example 1 :

Company X sells gentlemen's shoes and wishes to promote a sale of its winter collection. For its advertising campaign, it wishes to target men between the age of 30 and 45 who have indicated that they are single in their social media profile. It uses the corresponding targeting criteria offered by the social media provider as parameters to identify the target audience to whom its advertisement should be displayed. Moreover, the targeter indicates that the advertisement should be displayed to social media users while they are using the social media service between the hours of 5pm and 8pm. To enable targeting of social media users on the basis of specific criteria, the social media provider has previously determined which types of personal data shall be used in order to develop the targeting criteria and which targeting criteria shall be offered. The social media provider also communicates certain statistical information once the advertisements has been displayed to the targeter (e.g. to report on the demographic composition of individuals that interacted with the advertisement).

Exempel II

Spårning baserat på information som iakttas

- Kräver samtycke. I princip uteslutet på annan grund
- Säkerställ att kraven enligt e-privacydirektivet uppfylls
- Kom ihåg alla övriga skyldigheter, t.ex. svårt att informera

Example 5: Geo-targeting

Mrs. Michu has installed the application of a social media provider on her smartphone. She is walking around Paris during her holidays. The social media provider collects information regarding Mrs. Michu's whereabouts via the GPS functionalities of her smartphone on an ongoing basis⁶², using the permissions that have been granted to the social media provider when the application was installed. Mrs. Michu is staying at a hotel that is located next to a pizzeria. The pizzeria uses the geo-targeting functionality offered by the social media provider to target individuals who are within 1km of its premises for the first time in the last 6 months. When opening the social media provider's application on her smartphone, Mrs. Michu sees an advertisement from the pizzeria, decides that she is hungry and buys a pizza via its website.

Example 4: Pixel-based targeting

Mr. Schmidt is browsing online in order to purchase a backpack. He visits the website "BestBags.com", views a number of items, but decides not to make a purchase. The operator of "BestBags.com" wishes to target social media users who have visited their website without making a purchase. To this end, it integrates a so-called "tracking pixel"⁶¹ on its website, which is made available by the social media provider. After leaving the website of BestBags.com and logging into his social media account, Mr. Schmidt begins to see advertisement for the backpacks he was considering when browsing BestBags.com.

Example 6:

Mrs. Ghorbani creates an account on a social media platform. During the process of registration she is asked if she consents to the processing of her personal data to see targeted advertisement on her social media page, on the basis of data she directly provides to the social media provider (such as her age, sex and location), as well as on the basis of her activity on other websites outside of the social media platform using cookies. She is informed that this data will be collected via social media plug-ins or tracking pixels, the processes are clearly described to her, as well as the fact that targeting involves other entities who are jointly responsible for ensuring compliance with the GDPR. It is also explained to her that she can withdraw her consent at any time, and she is provided with a link to the privacy policy. Because Mrs. Ghorbani is interested in seeing targeted advertisement on her social media page, she gives her consent. No advertising cookies are placed or collected until Mrs. Ghorbani expresses here consent.

Informationsskyldighet

- Vägledningen
 - Det räcker inte att ange att det är fråga om ”marknadsföring”
 - Viktigt att tillhandahålla extra information vid gemensamt ansvar, det behöver vi bli bättre på
- Det finns en mängd obesvarade frågor som vi förhoppningsvis kommer få vägledning om i praktiken
- Transparensvägledningen – transparent information som lämnas i lager på lager
- I praktiken brukar det bli klurigt att lämna informationen

Intressanta beslut och avgöranden

- Det börjar dyka upp en del intressanta beslut och avgöranden på området
- TikTok
 - Holland
 - EUR 750 000 i sanktionsavgift
 - Privacy policy fanns enbart på engelska
 - Särskilt känsligt eftersom TikTok riktar sig till barn



Intressanta beslut och avgöranden

- WhatsApp
 - Irland
 - 2 September 2021
 - EUR 225 miljoner i sanktionsavgift
 - Hanteringen av personuppgifter är inte transparent, bl.a. hur uppgifter delas mellan Facebookägda företag
 - EDPB avgjorde beslutet



Rättigheter och konsekvensbedömningar

Vägledningen

- Man "bör" ha ett verktyg för att hantera rätten att begära tillgång. Verktøget ska vara enkelt att använda för att förenkla förfarandet
- Konsekvensbedömningar (DPIA) anges inte vara en absolut nödvändighet. Kom ihåg att kontrollera IMY:s förteckning i varje enskilt fall



Slutsatser om vägledningen

- En hel del spårning kräver att ni först inhämtar samtycke. Obs! I onlinemiljön är det ofta svårt att inhämta korrekta samtycken innan spårningen inleds
- Vägledningen bekräftar mycket av de bedömningar som många av oss gjort sedan innan
- Finns mycket mer att diskutera! Bl.a. spännande frågor om automatiserat beslutsfattande





”Tredjepartscookies död”


”Tredjepartscookies död”

- Stor fråga i marknadsföringsvärlden
- Övergång från tredjepartscookies till andra typer av spårningsteknik
- Juridiska skillnader?
- Behöver ni ändra er cookiebanner?

NEWS

Preparing for the removal of third-party cookies

Promoted from OneTrust PreferenceChoice By Michael Feeley - October 25, 2021



The death of third-party cookies

JUNE 23, 2021



Login to rate this article

☆☆☆☆☆

No votes yet





Frågor



Emilia Larson

Advokat / Senior Associate

+46 709 25 25 63

Emilia.Larson@delphi.se

Delphi

/ We love challenges