



Warszawa, dn. 13 lipca 2017 r.

Ministerstwo Cyfryzacji

Ul. Królewska 27
00-060 Warszawa

Ministerstwo Rozwoju

Pl. Trzech Krzyży 3/5
00-507 Warszawa

Szanowni Państwo,

W związku z trwającymi w Parlamencie Europejskim oraz Radzie Unii Europejskiej pracami nad treścią projektu rozporządzenia w sprawie poszanowania życia prywatnego oraz ochrony danych osobowych w łączności elektronicznej, zastępującego dyrektywę 2002/58/WE (rozporządzenie o prywatności i łączności elektronicznej, dalej jako „Projekt”), zwracamy się z prośbą o podjęcie niezwłocznych działań w celu wprowadzenia odpowiednich poprawek do

Projekt. Pragniemy podkreślić, że w zgodnej ocenie niżej podpisanych organizacji, przyjęcie Projektu w obecnej treści będzie miało bardzo negatywny wpływ na konkurencyjność i innowacyjność polskich przedsiębiorców. Wpłyne ono niekorzystnie na większość przedsiębiorstw z sektora cyfrowego: operatorów telekomunikacyjnych, dostawców usług internetowych i treści w Internecie. Uderzy także w przedsiębiorców, którzy dzięki reklamie internetowej skutecznie docierają do potencjalnych klientów (zwłaszcza firmy lokalne i MŚP). W efekcie, ograniczy dostęp do informacji, rozrywki i usług przez użytkowników, a także osłabi rozwój i pozycję konkurencyjną przedsiębiorców świadczących usługi na terenie UE w stosunku do podmiotów z innych części świata, zmniejszy innowacyjność i zniechęci użytkowników do korzystania z europejskich usług elektronicznych.

Szczegółowa argumentacja została przedstawiona w załączniku do niniejszego pisma, w tym miejscu pragniemy jedynie wskazać, że w grudniu 2015 r. po długich negocjacjach uzgodniono kompromisowy tekst tzw. ogólnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych (RODO), które zacznie być stosowane od 25 maja 2018 r. Zapewnia ono wysoką ochronę danych osób fizycznych i nakłada na przedsiębiorców szereg obowiązków, których spełnienie będzie dla wielu polskich firm dużym wyzwaniem. W stosunku do dyrektywy 95/46/WE o ochronie danych, którą RODO uchyla, ma ono szerszy zakres, i przyczyni się do zagwarantowania wysokiego poziomu ochrony użytkowników. Jest więc zaskakujące, że zamiast obserwacji skutków stosowania RODO w odpowiednim czasie po jego wdrożeniu, zaproponowano Projekt, który reguluje (w sposób jeszcze bardziej restrykcyjny) podobny obszar. **Proponowana regulacja wprowadza chaos prawny, jest niespójna z RODO i projektowanym Kodeksem Łączności Elektronicznej, ponadto nie powinna stanowić *lex specialis* wobec RODO i odnosić się do materii, która została w ramach RODO uregulowana.**

W związku z powyższym zwracamy się z prośbą o podjęcie przez Rząd i polskich europarlamentarzystów niezwłocznych działań w celu wypracowania odpowiednich poprawek do Projektu, które zapobiegą negatywnym skutkom opisanym w niniejszym piśmie. Liczymy także na możliwość spotkania z przedstawicielami resortów, których zadaniem jest wspieranie polskiej przedsiębiorczości i gospodarki cyfrowej.

Łączymy wyrazy szacunku,

Włodzimierz Schmidt
Prezes Zarządu
Związek Pracodawców Branży Internetowej
Interactive Advertising Bureau Polska

Andrzej Arendarski
Prezes
Krajowa Izba Gospodarcza

Henryka Bochniarz
Prezydent
Konfederacja Lewiatan

Borys Stokalski
Prezes Zarządu
Polska Izba Informatyki i Telekomunikacji

Agnieszka Sora
Prezes Zarządu
OFBOR

Jacek Olechowski
Prezes Zarządu
IAA Polska, Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy

Julia Krzysztofiak-Szopa
Prezes Zarządu
Startup Poland

Michał Kanownik
Prezes Zarządu
ZIPSEE Cyfrowa Polska

Załącznik:

1. Szczegółowe uwagi do Projektu.

Załącznik– Szczegółowe uwagi do Projektu

Na początku wskazujemy, że duża część danych pochodzących z łączności elektronicznej (w tym metadane) generalnie stanowią dane osobowe, w szerokim rozumieniu tego terminu zgodnie z RODO. Z tego względu przedmiotowa regulacja powinna ewentualnie jedynie uzupełniać RODO, zamiast tworzyć przepisy równoległe do i miejscami sprzeczne z RODO. I tak np. niezrozumiałe jest wprowadzenie w propozycji regulacji *e-privacy* bardziej restrykcyjnych podstaw gromadzenia i przetwarzania metadanych, aniżeli zostało to przewidziane w RODO nawet dla danych wrażliwych. Podzielamy opinię Komisji JURI wyrażoną w komentarzu do poprawki do art. 6: *„Under Regulation (EU) No 2016/679, metadata are defined as personal data which explicitly do not fall into the special category of personal data referred to in Article 9 of Regulation (EU) No 2016/679. No comparable need for protection was therefore recognised in Regulation (EU) No 2016/679 for metadata, nor should provision for it be reintroduced by means of sector-specific legislation.”*

Dodatkowo, Projekt nie uznaje, że ten sam typ danych wykorzystywanych w usługach łączności elektronicznej jest używany w wielu innych usługach. Oznacza to, że ten sam rodzaj danych np. dane lokalizacyjne, niosący te same potencjalne zagrożenia dla prywatności będą traktowane inaczej w Projekcie, a inaczej w ramach RODO. Na przykład, w zakresie danych o lokalizacji, prawodawcy UE postanowili nie traktować ich jako danych poufnych (tzn. specjalnej kategorii danych) w ramach RODO. Podejście to powinno być przestrzegane i takie zróżnicowanie nie powinno być ponownie wprowadzone przez propozycję regulacji *e-privacy*, które obejmuje usługi komunikacji elektronicznej pozostawiając poza regulacją inne usługi wykorzystujące ten sam typ danych. Uważamy, że zasady przetwarzania danych osobowych powinny być jednakowe dla wszystkich, niezależnie od technologii wykorzystywanej do ich zbierania, i nie podlegać specyficznym dla technologii czy sektorów wymogom uzyskania zgody.

Nieuzasadnione i niezrozumiałe jest także wprowadzanie dwóch reżimów zgód oraz kar. Ochrona danych osobowych i zasady ich przetwarzania nie powinny podlegać dwóm różnym regulacjom. Co gorsza, na etapie prac w Parlamencie Europejskim, poprawki wniesione przez Komisję LIBE wprowadzają nowe, niezależne od Kodeksu Łączności Elektronicznej definicje, co powoduje, iż przedsiębiorcy świadczący usługi łączności

elektronicznej miałaby funkcjonować w rzeczywistości prawnej, w której w pewnych obszarach obowiązują ich dwie równoległe regulacje sektorowe, których siatka pojęciowa jest niespójna i niejasna.

Podkreślamy, że w interesie wszystkich uczestników rynku jest uniknięcie potencjalnego duplikowania regulacji tak, aby móc korzystać z dobrodziejstw Jednolitego Rynku Cyfrowego.

Projekt błędnie opiera się na koncepcji zgody jako głównego warunku umożliwiającego świadczenie usług nią objętych. Nie uwzględnia w adekwatny sposób możliwości, jakie stwarzają techniki pseudonimizacji, anonimizacji, szyfrowania, mechanizmy *opt-out*. Kluczowym zagadnieniem w omawianym Projekcie jest kwestia wyrażenia zgody przez użytkowników na stosowanie plików *cookies*. Wskazujemy, że *de facto* **Projekt ogranicza podstawy przetwarzania danych osobowych wskazane w RODO do jednej, tj. zgody użytkownika rozumianej zgodnie z tym rozporządzeniem.**

Zaproponowane rozwiązania będą miały negatywny wpływ na przetwarzanie metadanych, co w praktyce może uniemożliwić rozwój narzędzi Big Data w Europie oraz wielu projektów związanych z tzw. Smart Cities lub Inteligentnych Systemów Transportowych. Na przykład, przedsiębiorca, który będzie chciał opracować inteligentne narzędzie dla miast monitorujące ruch samochodów, będzie musiał skorzystać z pseudonimizowanych danych o lokalizacji ponieważ dostarczą one niezbędnych informacji, przy jednoczesnym zachowaniu prywatności użytkowników. W obecnym brzmieniu Projektu, usługa taka będzie bardzo mocno ograniczona przez konieczność ciągłego uzyskiwania zgody. Kolejnym z przykładów negatywnego wpływu projektowanej regulacji jest rozwój Inteligentnych Systemów Transportowych. W przyszłości, inteligentny samochód będzie generować dane dotyczące np.: stanu i zużycia części, położenia i prędkość pojazdu, stylu jazdy kierowcy, obecności pasażerów i korzystania przez nich z systemów informacji i rozrywki w samochodzie. Dane te mogą być wykorzystane w celu poprawy bezpieczeństwa kierowcy i innych użytkowników dróg. Dzięki danym, użytkowanie i utrzymanie samochodu mogłoby być tańsze i przyczynić się nawet do bardziej ekonomicznej jazdy, mniejszej emisji spalin i czystszej środowiska. Niestety, wymóg aktywnego pozyskiwania zgody dla przetwarzania metadanych oznacza, że przedsiębiorca będzie zmuszony do aktywnego zbierania zgód od każdego nowego kierowcy i pasażera, i podczas każdej nowej podróży.

Warto również zwrócić uwagę, że zwykle użytkownik nie korzysta tylko z jednej usługi łączności elektronicznej, ale z wielu różnorodnych dostarczanych przez różne podmioty, a zgodnie z propozycją legislacyjną każda z usług łączności elektronicznej wymagać będzie

przesłania informacji. W efekcie użytkownicy aktywnie korzystający z różnych usług łączności elektronicznej będą zasypywani takimi powiadomieniami, co będzie przez większość z nich traktowane jako „spam” (któremu przepisy rozporządzenia również mają przeciwdziałać). Ponadto problemem może być wycofanie zgody przez użytkownika przed upływem terminu, na jaki zawarta została umowa o świadczenie usługi, czego konsekwencją może być uniemożliwienie dalszego świadczenia usług.

Nadmierna koncentracja na pojęciu zgody, w tym proponowana konieczność przypominania użytkownikowi co sześć miesięcy o możliwości wycofania zgody, oraz wielokrotnie wskazywana konieczność natychmiastowej anonimizacji danych powoduje, iż projektowane przepisy są kompletnie niedostosowane do realnego świata, technicznych uwarunkowań świadczenia usług i zachowań użytkowników. Wzorce konsumpcji usług się zmieniają, użytkownicy w coraz większym stopniu oczekują usług i ofert „szytych na miarę”, dostępnych na żądanie, na dowolnych nośnikach i o ile to możliwe, bezpłatnie lub za niewielką opłatą. Przedsiębiorcy, którzy są w stanie spełnić te oczekiwania zyskują przewagę konkurencyjną i mogą oferować coraz bardziej innowacyjne i przydatne klientom usługi, tymczasem projektowana regulacja przyczyni się do ich wyeliminowania i będzie miała bardzo silny negatywny wpływ ekonomiczny na cały ekosystem internetowy, media oraz na biznes telekomunikacyjny.

Przy obecnym brzmieniu Projektu trudno jest wyobrazić sobie na przykład procesy reklamacyjne, szczególnie gdy reklamacja/skarga jest składana po rozwiązaniu przez klienta umowy. Obecnie klient ma prawo złożyć reklamację w ciągu 12 miesięcy od ostatniego dnia, w którym usługa została nienależycie wykonana lub miała być wykonana (w przypadku usług płatnych i bezpłatnych) lub opłata została nieprawidłowo naliczona (w przypadku usług płatnych). Ustawowy termin na reklamację to 30 dni. W przypadku serwisów VOD jednorazowe wykupienie dostępu do filmu/pakietu okresowego jest zawarciem umowy, a jej realizacja kończy się wraz z dostarczeniem klientowi danej treści. Zgodnie z propozycją nowych przepisów, dostawca, który nie posiada odpowiedniej zgody klienta, powinien niezwłocznie zanonimizować lub usunąć wszelkie metadane zebrane w związku ze świadczeniem usługi po zrealizowaniu umowy (w tym przypadku zapewnieniu transmisji). Jeżeli klient złoży reklamację, np. dotyczącą słabej jakości technicznej treści z której korzystał, dostawca nie będzie miał możliwości weryfikacji takiej reklamacji, gdyż nie będzie już posiadał odpowiednich danych (dane zanonimizowane byłyby w tym przypadku bezużyteczne). Należy zauważyć, że w praktyce trudno będzie uzyskać zgodę klienta na procesowanie danych pochodzących z łączności elektronicznej po rozwiązaniu umowy.

Poufność komunikacji zawsze była podstawową zasadą stosowaną przez przemysł telekomunikacyjny, jednakże uważamy, że zasadą tą nie powinna być objęta komunikacja M2M. W odniesieniu do maszyn przekazujących dane osobowe RODO zapewnia już ochronę osób w sposób horyzontalny i technologicznie neutralny. Komunikacja M2M niezawierająca danych osobowych, na przykład w zakresie zautomatyzowanego łańcucha dostaw, nie powinna być objęta projektowaną regulacją. Dane takie, są wystarczająco chronione przez porozumieniami umownymi między podmiotami świadczącymi takie usługi.

Niezyciowość Projektu, jest również widoczna w przepisach dotyczących spisów numerów (abonentów) – motyw 31 i artykuł 15, gdyż sama instytucja spisów jest anachroniczna i „na wymarcu”. Tym samym należy zderegulować ten obszar, zamiast wprowadzać w tym zakresie dodatkowe (w stosunku do obecnie obowiązującej dyrektywy ePrivacy) rygory prawne i utrudnienia dotyczące zarówno przedsiębiorców telekomunikacyjnych jak i samych abonentów.

W zakresie plików *cookies*, podkreślamy, że są one jedną z podstaw funkcjonowania Internetu i mają wiele zastosowań, a ich podstawowym celem jest ułatwienie użytkownikom korzystanie z Internetu. Pliki *cookies* mogą zapamiętywać podstawowe funkcje stron internetowych, do czego wszyscy są już od dawna przyzwyczajeni: chodzi o ogólne ustawienia, głośność odtwarzania mediów albo miejsca, w jakim się znajdujemy np. dla celów dostarczania informacji o lokalnej prognozie pogody. *Cookies* pomagają także rozwiązywać wszystkie praktyczne kwestie związane ze zliczaniem ruchu w Internecie (w tym realizowanym przez podmioty trzecie – wyspecjalizowane firmy badawcze) i rozliczaniem się z właścicielami praw autorskich do materiałów widocznych na stronach. Co więcej, są niezbędne do wykrywania „słabych punktów” usługi i jej doskonalenia, w tym do zwiększania bezpieczeństwa korzystania z usługi.

Poniżej wskazujemy szereg negatywnych skutków związanych z treścią Projektu. W zakresie **działalności podmiotów uzyskujących przychody z reklamy internetowej**, podkreślamy, że wszelkie modele biznesowe budowane w oparciu o przyjęty tekst RODO, który przewiduje szereg podstaw do legalnego przetwarzania danych osobowych, musiałyby zostać zmienione, gdyż zgodnie z obecnym brzmieniem Projektu, właściwie **każda aktywność internetowa użytkowników jest objęta wymogiem uzyskania zgody**. Proponowane w Projekcie zmiany w dużej mierze uniemożliwią/utrudnią także stosowanie „*third-party cookies*”, co wpłynie negatywnie na powstawanie innowacyjnych usług i rozwiązań, a także na konkurencję, jako że podmioty, które mają możliwość uzyskania zgody użytkownika będą w pozycji uprzywilejowanej w stosunku do tych podmiotów trzecich. **Taka**

regulacja może wykreować nowe podejście biznesowe, oparte na swoistym handlu informacjami zebranymi przez „*first party cookies*” za zgodą użytkowników bądź oferowaniu serwisów internetowych „ograniczonych”, tj. wymagających uprzedniej rejestracji użytkownika. Problemem jest także fakt ograniczenia podstawy przetwarzania danych w Projekcie do zgody zdefiniowanej w RODO, która zakłada uprzednie poinformowanie użytkownika m.in. o administratorze danych osobowych. **Jest technicznie niemożliwe**, w wielu sytuacjach, uprzednie informowanie użytkownika o wszystkich administratorach danych, którzy są zaangażowani w oferowanie treści reklamowych, gdyż odbywa się to w czasie rzeczywistym. Powyższe będzie wpływać choćby na **możliwość monetyzowania oferowanych przez serwisy internetowe treści**.

Wprowadzenie Projektu w obecnym kształcie wpłynie negatywnie na cały ekosystem internetowy, w tym w szczególności:

- Ponieważ pliki *cookies* pozwalają m.in. na dostosowanie wyświetlanych reklam do zainteresowań i potrzeb użytkowników są one bardziej skuteczne i tańsze, w stosunku do tradycyjnych form reklamowych. Dzięki plikom *cookies* właściciele i wydawcy serwisów internetowych są w stanie ocenić realne zainteresowanie swoimi serwisami, mogą lepiej poznać oczekiwania i preferencje użytkowników oraz zrozumieć sposób, w jaki użytkownicy korzystają z ich serwisów. Uniemożliwienie personalizacji z wykorzystaniem plików *cookies* spowoduje, że aby dotrzeć do określonej liczby potencjalnych klientów, konieczne będzie zamówienie szerszej zakrojonej, a tym samym droższej, kampanii. W związku z opisanymi wyżej przeszkodami w stosowaniu plików *cookies*, na wprowadzeniu Projektu ucierpią małe i średnie przedsiębiorstwa, korzystające z tej formy promowania swoich usług. Ponieważ cena kampanii reklamowych wzrośnie, wiele małych, lokalnych firm nie będzie mogło sobie na to pozwolić.
- Na ograniczeniu wykorzystaniu plików *cookies* stracą także **podmioty dostarczające treści**, które będą osiągać zdecydowanie mniejsze przychody z tytułu reklam, a co za tym idzie, nie będą w stanie ponieść nakładów na tworzenie zindywidualizowanych treści oferowanych użytkownikom. Niechybnie doprowadzi to także do zmniejszenia ilości dostawców treści, w szczególności małych i średnich przedsiębiorstw.
- Dopasowanie treści lub reklam do zainteresowań użytkowników jest procesem pożądanym nie tylko dla dostawców usług internetowych, wydawców cyfrowych i reklamodawców, ale także dla samych użytkowników. Przeprowadzone przez IAB Polska w 2017 roku badanie internautów dotyczące prywatności w sieci [<https://iab.org.pl/badania-i-publicacje/raport-prywatnosc-w-sieci-20162017/>] pozwala zaobserwować, iż istotny odsetek użytkowników sieci woli dopasowane do ich

zainteresowań treści i reklamy. Zdecydowana większość ma świadomość zasad funkcjonowania środowiska cyfrowego i dostrzega benefity płynące z personalizacji treści. Użytkownicy cenią segregację treści, reklam, co pozwala im uniknąć nadmiaru informacji zbędnych.

- Wprowadzenie regulacji zawartych w Projekcie będzie miało także znacząco negatywny wpływ na użytkowników Internetu. Dostawcy treści, którzy nie będą mogli ich monetyzować wykorzystując dochody z reklam, nie będą w stanie zapewnić bogatej oferty programowej coraz bardziej wymagającym użytkownikom, którzy dodatkowo są przyzwyczajeni do nieodpłatnego dostępu do treści.
- Co więcej, przewidziany w Projekcie wymóg wyrażania zgody na *cookies*, nawet na poziomie przeglądarek internetowych, doprowadzi do **nieustannego kierowania do użytkowników zapytań o zgodę**. Warto podkreślić, że wymóg uzyskania zgody poprzez ustawienie przeglądarek nie rozwiązuje problemu wielokrotnego wyrażania zgód. Każde urządzenie (telefon, tablet, komputer stacjonarny, laptop) ma własną przeglądarkę. Co więcej, na każdym urządzeniu może ono mieć zainstalowanych kilka rodzajów przeglądarek (Chrome, Safari, Firefox). Biorąc pod uwagę, że już w tej chwili większość użytkowników korzysta z kilku urządzeń i przeglądarek (np. na służbowym komputerze i tablecie korzysta z przeglądarki Chrome, po powrocie do domu na prywatnym komputerze z przeglądarki Safari, w drodze z pracy do domu korzysta z telefonu mobilnego i przeglądarki Opera), wymóg każdorazowego wyrażenia zgody będzie bardzo intruzyjny. Wyrażenie zgody na jednym urządzeniu i konkretnej przeglądarce nie zmienia nic w kontekście pozostałych urządzeń i przeglądarek. Usługodawcy nadal będą musieli pytać użytkownika o zgodę na innych urządzeniach. Nawet jeśli natychmiast po wejściu na stronę wybranej usługi z innej przeglądarki - użytkownik dokona logowania, i tak konieczne będzie pytanie o zgodę. Z perspektywy firm zapewnienie obsługi wszystkich przeglądarek i zapewnienie aktualności wszystkich zgód będzie wymagało stworzenia bazy danych, w której na bieżąco zapisywane będą dane wybranego użytkownika, jego wszystkie urządzenia i przeglądarki. Ponadto, będzie to wymagało dodatkowej przestrzeni na przechowywanie danych i dłuższego ich przechowywania by móc udowodnić, że umieszczone w przeszłości ciasteczko zostało umieszczone za jego zgodą. Z uwagi na złożoność tego systemu konieczne będzie także powierzenie nadzoru nad jego działaniem dedykowanym pracownikom, co podwyższy koszty realizacji obowiązków wynikających z Projektu.
- Powyższe zostało zweryfikowane w badaniu internautów na szeroką skalę przeprowadzonym przez IAB Polska. „Wyniki badania wskazują także, że stosowanie zakazów, obostrzeń i ograniczeń w przestrzeni cyfrowej jest postrzegane przez

internautów negatywnie, a wręcz irytuje ich nadmierny poziom zgód, których muszą udzielać i akceptować różne ustawienia. Wskazane jest wyjście naprzeciw ich oczekiwaniom i minimalizowanie poziomu irytacji i inwazyjności, które mogą zaowocować skutkami ubocznymi w postaci zniechęcenia do korzystania z zasobów cyfrowych¹.

- **Podkreślamy tu fundamentalną rolę reklamy opartej na preferencjach i zainteresowaniach konsumentów w modelu finansowania mediów cyfrowych.** Pluralizm mediów, wspierający funkcjonowanie demokratycznych systemów politycznych, w dużej mierze opiera się na dywersyfikacji i bezpieczeństwie źródeł dochodów, co zapewnia niezależność mediów reklama internetowa jest jednym z takich źródeł.
- Odnosząc się do projektowanej regulacji w zakresie wysyłania komunikatów marketingu bezpośredniego, zwracamy uwagę, że pożądane i uzasadnione jest przyjęcie na poziomie samego rozporządzenia (bez odwoływania się do uregulowań krajowych), rozwiązań przewidujących zastosowanie zasady *opt-out* w stosunku do użytkowników będących osobami prawnymi (art. 16 ust. 5 Projektu). Ochrona interesów osób prawnych nie powinna podlegać podobnym zasadom, jak przewidziana dla osób fizycznych. Wobec powszechności stosowania komunikacji elektronicznej, brak jest uzasadnienia dla przyjęcia, że komunikowanie się w tej formie w celu nawiązywania relacji handlowych powinno być dozwolone pod warunkiem uzyskania uprzedniej zgody osoby prawnej. Ponadto, zgodnie z Projektem, państwa członkowskie mogą przewidzieć, że wykonywanie połączeń głosowych w ramach marketingu bezpośredniego do osób fizycznych jest dozwolone w stosunku do tych, którzy nie wyrazili sprzeciwu wobec otrzymywania tego typu połączeń (art. 16 ust. 4). Uzasadnione jest przyjęcie regulacji pozwalającej na stosowanie zasady *opt-out* w odniesieniu do wykonywania połączeń głosowych w ramach marketingu bezpośredniego skierowanego do osób prawnych.

Podsumowując powyższe uwagi, pragniemy wskazać, iż **proponowana regulacja niesłusznie przeciwstawia prawa podstawowe (użytkownika) oraz szeroko pojęte interesy ekonomiczne społeczeństw i Państw Członkowskich, podczas gdy innowacyjne, spersonalizowane i bezpłatne usługi są dla użytkownika korzystne. Uregulowania zawarte w Projekcie są także niezgodne z założeniami Jednolitego Rynku Cyfrowego**, gdyż nie tylko nie wspomagają wzrostu gospodarczego, promocji innowacji, rozwoju ekonomii opartej o usługi ICT i swobodnego przepływu danych, lecz wręcz spowodują

¹ <https://iab.org.pl/badania-i-publikacje/raport-privacy-w-sieci-20162017/>

likwidację wielu funkcjonujących obecnie modeli biznesowych. Ponadto, przyczynią się do osłabienia rozwoju i pozycji konkurencyjnej przedsiębiorców świadczących usługi na terenie UE w stosunku do graczy z innych części świata.

W zakresie możliwych do zastosowania rozwiązań wskazujemy na usunięcie spornych postanowień z Projektu, albo co najmniej dostosowanie ich do RODO. Oznaczałoby to wskazanie, że w zakresie plików *cookies* zastosowanie mają wszystkie podstawy przetwarzania danych wskazane w RODO. Praktycznie można to osiągnąć poprzez dodanie nowego wyjątku w art. 8 Projektu dla jakiegokolwiek przetwarzania danych, które spełnia warunki legalności zgodnie z RODO. Wyjątek od RODO powinien dotyczyć zakresu prawa do przenoszenia danych - **art. 20 RODO nie powinien mieć zastosowania do danych z łączności elektronicznej**. Czym innym jest bowiem prawo do przeniesienia np. zdjęć, czy ulubionej listy piosenek z jednego serwisu do drugiego, a czym innym oczekiwanie, aby dostawca umożliwiał przenoszenie metadanych typu zapisy logowania się do sieci telekomunikacyjnej, czy informacje dotyczące wyświetlanych użytkownikowi reklam. **W zakresie przetwarzania metadanych, konieczne jest dostosowanie Projektu do wymogów zawartych w art. 6 (4) RODO, usunięcie różnych wymogów zgody dla danych lokalizacyjnych oraz komunikacji M2M z zakresu projektowanej regulacji.**

Widzimy także potrzebę uwzględnienia w projektowanych przepisach roli działań o charakterze samoregulacyjnym, współregulacyjnym, jak również należytej edukacji użytkowników w zakresie ochrony ich prywatności i wpływu podejmowanych przez nich wyborów na dostęp do treści cyfrowych. Za bardzo groźną uważamy przedstawianą obecnie na forum Parlamentu Europejskiego koncepcję, iż użytkownik nie jest w stanie podejmować „właściwych decyzji” odnośnie dostępu do jego danych, skutkiem czego nawet wyrażona zgoda nie ochroni odpowiednio jego prywatności. Koncepcja ta logicznie prowadziłaby do forsowania obowiązku *defaultowych* ustawień sprzętowych i technicznych na opcję *opt-in*, których ograniczenia zostały wskazane powyżej. W efekcie ogromna część użytkowników zostałaby automatycznie pozbawiona swobodnego dostępu do treści, z których na co dzień korzystają, co spowodowałoby ich frustrację skierowaną przeciwko przedsiębiorcom zmuszonym do wprowadzenia takich rozwiązań.

W odniesieniu do terminu wdrożenia nowej regulacji, wskazujemy, iż wprowadzenie jej wraz z dniem wejścia w życie RODO jest nierealne, także ze względu na istotne obciążenie przedsiębiorców pracami i nakładami wynikającymi z konieczności dostosowania funkcjonowania organizacji do RODO. Ponadto zaznaczamy, że termin ten powinien być poprzedzony wejściem w życie Kodeksu Łączności Elektronicznej, do którego regulacja ta się odwołuje.