

EVROPSKÁ UNIE CHYSTÁ DOPLNĚK K GDPR - EPRIVACY NAŘÍZENÍ

Po obecném nařízení o ochraně osobních údajů (č. 2016/679), známém jako GDPR, které zasáhlo do života nás všech a přimělo společnosti konečně se více zabývat nastavením svých procesů týkajících se nakládání a ochrany osobních údajů, Evropská unie připravuje další předpis, který GDPR doplní. Jedná se o nařízení o soukromí a elektronických komunikacích (tzv. ePrivacy nařízení), které má být součástí komplexní Strategie pro jednotný digitální trh.

Návrh e-privacy nařízení byl připraven již v lednu 2017 a jeho ambicí bylo, aby začalo platit ve stejnou dobu, jako GDPR, tedy od května 2018. To se bohužel nepodařilo, a přestože předpis koncem loňského roku schválil Evropský parlament, finální znění zatím nebylo přijato, na konečném textu v současné době pracuje Evropská komise.

PROČ NOVÉ NAŘÍZENÍ?

Cílem nařízení je revidovat a aktualizovat současnou již nevyhovující unijní úpravu této oblasti, konkrétně směrnici 2002/58/ES a její novelizaci směrnici č. 2009/136/ES, (dále jako „směrnice“). Směrnice byla do českého právního řádu transponována zákony č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích a č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti.

Při posuzování účelnosti a účinnosti směrnice došla Evropská komise k závěru, že **směrnice v plném rozsahu nesplnila své stanovené cíle**, nejasné formulace některých ustanovení a nejednoznačnost právních pojmů ohrožily harmonizaci (implementace směrnice do vnitrostátního práva členských států), čímž vznikly problémy zejména přeshraničně působícím společnostem. Neméně významným faktorem pro revizi úpravy je skutečnost, že **od doby přijetí směrnice došlo v oblasti elektronických**

komunikací k významnému technologickému a hospodářskému rozvoji.

Evropské orgány zvolily pro novou úpravu **formu nařízení**, které je **přímo závazné** (na rozdíl od směrnice, která musí být do národního právního řádu implementována vnitrostátním zákonem). Všechny členské státy se tedy budou řídit totožnými pravidly, což povede k jasnějšímu a ucelenějšímu výkladu (např. v níže popsané oblasti udílení souhlasu) a současně budou eliminovány problémy a náklady spojené s harmonizací těchto předpisů. Forma nařízení znamená v neposlední řadě usnadnění provozování podnikání pro společnosti působící ve více členských státech zároveň. Přesto stejně jako v GDPR, ePrivacy nařízení ponechává některé dílčí záležitosti na národních legislativách.

JAKÉ ZMĚNY EPRIVACY NAŘÍZENÍ PŘINÁŠÍ?

ePrivacy nařízení reaguje na vývoj nových komunikačních prostředků a bude se tedy vztahovat i na poskytovatele služeb jako VoIP (tedy volání přes internet), na provozovatele aplikací přenášejících audiovizuální obsah pomocí internetu, tzv. OTT služby (over-the-top services), tedy aplikace typu WhatsApp, Viber, Skype či facebookový Messenger, ale i internetové televize typu Netflix. Nařízení se dále dotkne

i poskytovatelů veřejných a polosoukromých sítí Wi-Fi či firem produkujících přístroje komunikující v rámci tzv. internetu věcí (viz dále).

ePrivacy nařízení by tak mělo odstranit nelogickou situaci, kdy služby SMS či telefonní hovory musí splňovat určité standardy zabezpečení, ale stejné služby poskytované přes internet regulovány vůbec nejsou, ač jsou z pohledu ochrany soukromí stejně rizikové, či dokonce rizikovější. Nařízení ePrivacy tak rozšiřuje, resp. doplňuje ochranu osobních údajů dle GDPR, kdy obsah elektronické komunikace může obsahovat také osobní údaje, které ePrivacy nařízením chrání. ePrivacy nařízení však navíc **přináší ochranu obsahu elektronické komunikace jako takového**, i když neobsahuje osobní údaje, a zároveň chrání data, která nemusí být osobními údaji a které tedy GDPR nechrání. Chráněn má být nejen obsah elektronické komunikace, ale **chráněna budou rovněž metadata**, tedy údaje odvozené ze samotné komunikace, jako jsou volaná čísla, navštívené internetové stránky, poloha, čas a datum komunikace, doba volání, apod., které rovněž mohou odhalit velmi citlivé a osobní informace.

Všechny tyto údaje budou považovány **za důvěrné** a mělo by být zakázáno bez souhlasu všech komunikujících stran jakkoliv zasahovat do jejich přenosu, ať už přímo lidským zásahem, nebo zprostředkovaně počítačovými algoritmy a podobně. Bez souhlasu tak např. nebude možné monitorovat navštívené internetové stránky, délku jejich návštěvy či data o interakci s ostatními subjekty.

Nařízení dopadne i **na odvětví tzv. internetu věcí** (Internet of Things – IoT), tedy sítě navzájem propojených a komunikujících přístrojů, které si vyměňují nejrůznější data a dále je používají k naplňování potřeb uživatelů. Sem patří zařízení tzv. „chytré domácnosti“, ale rovněž sem lze zařadit např. i **moderní automobily se zabudovanými čidly a senzory** snímajícími okolí a stav vozidla.

Dle nařízení se **pravidla pro zachování důvěrnosti budou vztahovat právě i na tuto komunikaci mezi stroji**, neboť jejím



Zástupci Advokátní kanceláře Vitek Mrázek Kramný pořádají ve spolupráci s časopisem Automakers semináře pro importéry a dealery automobilů

předmětem jsou mnohdy citlivé informace o jejich uživateli a prostředí, ve kterém žijí. Nařízení ePrivacy tak bude mít **největší dopad na poskytovatele služeb elektronických komunikací** (např. poskytovatele internetového připojení) a **na poskytovatele a vývojáře softwarů** využívajících elektronickou komunikaci. Nařízení ePrivacy nařízení však bude mít **významný dopad také na samotné uživatele těchto služeb**, kteří by měli využívat pouze prostředky elektronických komunikací, které splňují podmínky ePrivacy nařízení.

Na rozdíl od GDPR bude ePrivacy nařízení **poskytovat ochranu rovněž právními osobám**, nikoliv pouze fyzickým osobám, jako je tomu u GDPR. Nařízení ePrivacy tak zakotví pravidla pro ochranu obsahu komunikace mezi společnostmi, což může být přínosné např. pro ochranu obchodního tajemství.

COOKIES

Novou regulaci přináší ePrivacy nařízení mj. v oblasti využívání cookies.

Pod pojmem „cookies“ rozumíme **krátké textové soubory vytvářené webovým serverem a ukládané v počítači prostřednictvím webového prohlížeče**. Hlavním účelem cookies je personalizace

uživatelského prostředí internetové stránky, protože jejich obsahem jsou údaje o nastavení stránky zvolené uživatelem a umožňují si tak stránce „pamatovat“ akce uživatele v jejím rámci.

Rozlišujeme **cookies první strany**, které jsou vytvářeny přímo navštíveným webem a slouží především k zajištění jeho funkčnosti internetové stránky, a **cookies třetí strany**, které jsou vytvářeny jinými weby, které mají na navštívené stránce umístěný obsah (většinou ve formě reklamy), a které mohou působit i napříč různými doménami.

Dále pak existují **dočasné cookies**, jejichž platnost vyprší s uzavřením okna prohlížeče a nejčastěji se využívají u internetových obchodů, typicky pro uložení dat do tzv. košíku, a **trvalé cookies**, které fungují i po uzavření prohlížeče. Takto se ukládají například přihlašovací údaje uživatelů.

Cookies můžeme třdit i podle jejich účelu např. na sledovací cookies (zajišťující možnost udržovat jakékoliv přihlášení do účtu v rámci domény), identifikační cookies (umožňující ověření přihlášení uživatele), apod.

Webové stránky nemohou používat cookies **bez souhlasu** koncového uživatele, pokud se nejedná o cookies, které

jsou **nezbytně nutné k účelu vykonání služby výslovně požadované uživatelem**. Tyto případy jsou z důvodu možnosti hladšího provozu **z povinnosti souhlas poskytnout vyňaty**. Cookies bez souhlasu lze dále využívat např. k monitoringu návštěvnosti webových stránek.

SOUHLAS S POUŽÍVÁNÍM COOKIES

Souhlas byl ve směrnici definován poměrně nejasně a samotná povaha směrnice umožňovala jistou interpretační volnost pro implementaci úpravy členskými státy. To mělo za následek různé komplikace a nejasnosti jak na straně vlastníků webových stránek a poskytovatelů webových prohlížečů, tak na straně koncových uživatelů.

Naopak nová úprava ePrivacy nařízení jasně stanovuje, že definice souhlasu bude odpovídat definici obsažené v GDPR, kdy se „souhlasem“ rozumí jakýkoli svobodný, konkrétní, informovaný a jednoznačný projev vůle, kterým subjekt údajů dává prohlášením či jiným zjevným potvrzením své svolení. Zároveň pro souhlas platí, že uživatel musí mít právo souhlasu kdykoliv odvolat a toto odvolání souhlasu musí být stejně snadné jako jeho poskytnutí.

Z tohoto pojetí mimo jiné vyplývá, že: - za projev souhlasu nelze v žádném

případě považovat Pouhou návštěvu webové stránky;

- z hlediska udělení souhlasu není dostačujícím ani banner ve stylu „Navštívením této stránky vyjadřujete svůj souhlas s používáním cookies.“, který je jako reakce na stávající legislativu zpravidla využíván;
- nedostatečným opatřením je rovněž upozornění uživatele na to, aby si v nastavení prohlížeče sám použití cookies zakázal, pokud s jejich poskytováním, resp. ukládáním nesouhlasí.

Obecně by tedy měl být souhlas návštěvníkem webové stránky udělen metodou „opt-in“, tedy aktivním zaškrtnutím pole pro souhlas, a to ještě předtím, než je tedy vůbec zpracování cookies při první návštěvě webové stránky zahájeno.

NASTAVENÍ POUŽÍVÁNÍ COOKIES

Dle nové úpravy budou uživatelé souhlas s používáním cookies udílet přímo prostřednictvím svých webových prohlížečů. Budou si sami nastavit, jaké cookies a v jakém množství chtějí přijímat, přičemž na výběr by měli mít minimálně ze tří možností:

- přijímat všechny cookies;
- přijímat pouze cookies prvních stran nebo
- nepřijímat žádné cookies.

K učinění této volby by uživatelům měly být poskytnuty všechny nezbytné informace. Tyto informace by neměly uživatelé jakkoliv odrazovat od výběru nastavení vyšší ochrany soukromí a měly by zahrnovat popis možných rizik spojených s využíváním cookies.

Pro poskytovatele webových prohlížečů tedy nově vznikne povinnost do software uváděného na trh zabudovat možnost učinit volbu mezi jednotlivými bezpečnostními nastaveními, a pro software, který bude k datu účinnosti ePrivacy nařízení již instalován, provést změny při první aktualizaci.

Pro uživatele to znamená možnost vyšší míry ochrany jejich osobních údajů, stejně jako omezení jejich digitálních stop, tedy údajů, za jejichž pomocí lze vysledovat jejich pohyb na internetu, **pro vlastníky webových stránek to naopak znamená omezení možností personalizace reklamy,** která se na internetu objevuje a která se v posledních letech právě díky širokému využití cookies mohla stát velmi lukrativní.

COOKIES A OSOBNÍ ÚDAJE

Některé druhy cookies by se daly považovat za osobní údaj podléhající GDPR, a to vzhledem k velmi široké definici osobního údaje ve smyslu čl. 4 bodu 1) GDPR, který za osobní údaje považuje *veškeré informace o identifikované nebo identifikovatelné fyzické osobě*, tedy o osobě určené mj. síťovým identifikátorem.

Síťovým identifikátorem se věnuje recitál 30 GDPR: „Fyzickým osobám mohou být přiřazeny síťové identifikátory, které využívají jejich zařízení, aplikace, nástroje a protokoly, jako například adresy internetového protokolu či identifikátory cookies, nebo jiné identifikátory, jako jsou štitky pro identifikaci na základě rádiové frekvence. Tímto způsobem mohou být zanechány stopy, které mohou být zejména v kombinaci s jedinečnými identifikátory a dalšími informacemi, které servery získávají, použity k profilování fyzických osob a k jejich identifikaci.“

Z toho vyplývá, že **cookies, které slouží k identifikaci konkrétního zařízení a/nebo uživatele, jsou považovány za osobní údaje dle GDPR.** Toto se týká především téměř všech reklamních a cílených cookies, cookies pro webovou analýzu a funkční služby, jako jsou průzkum a chat nástroje, které zaznamenávají identifikaci uživatele v cookies.

Důsledkem takovéto úpravy jsou také povinnosti spojené s GDPR, tedy zejména soulad zpracování těchto osobních údajů se zásadami GDPR.

PŘÍMÝ MARKETING A NEVYŽÁDANÁ SDĚLENÍ

ePrivacy nařízení rovněž upravuje šíření nevyžádaných obchodních sdělení prostředky elektronických komunikací. V této oblasti nedošlo k velké změně oproti směrnici, která byla v této oblasti implementována do zákona č. 480/2004 Sb. o některých službách informační společnosti.

„Přímým marketingovým sdělením“ ePrivacy nařízení rozumí jakoukoli formu reklamy, ať už písemnou nebo ústní, která je zaslána jednomu nebo více identifikovaným nebo identifikovatelným koncovým uživatelům služeb elektronických komunikací, a to včetně využití automatických volacích a komunikačních systémů se zásahem člověka nebo bez něj, elektronické pošty, SMS pod.

Služby elektronických komunikací lze využívat pro šíření přímých marketingových sdělení pouze **se souhlasem adresáta.** Výjimkou jsou sdělení zasláná na e-mailový kontakt zákazníka a obsahující nabídku obdobných výrobků a služeb, která mohou být **zasílána i bez souhlasu zákazníka**, avšak za předpokladu, že adresát má možnost **bezplatně a jednoduším způsobem vznést námitku** proti využívání jeho elektronické adresy k marketingovým sdělením.

Obdobná pravidla platí i pro uskutečňování **přímých marketingových volání.** V případě marketingových telefonátů bude navíc zakázané skrývat číslo volajícího, naopak se bude povinné uvádět předčíslí značící skutečnost, že jde o marketingový hovor, nebo číslo, na kterém bude možné svůj souhlas odvolat, popřípadě uvést.

SANKCE ZA PORUŠENÍ EPRIVACY NAŘÍZENÍ

Sankce za porušení ePrivacy nařízení jsou totožné s vyšší sankcí upravených již v GDPR, tedy horní hranice je stanovena jako 20.000.000 EUR, resp. 4% z ročního celosvětového obrátu u podniku, přičemž zásady ukládání sankcí mají stanovit národní dozorné úřady. Stejně jako v případě GDPR má výše sankcí spíše preventivní funkci a sankce mají zajistit, aby této nové legislativě byla věnována maximální pozornost i ze strany vedení společností, které služby elektronických komunikací nabízejí případně je ve velkém rozsahu využívají.

ZÁVĚR

ePrivacy nařízení přinese vyšší míru ochrany uživatelům elektronických komunikací a zároveň vyšší nároky na jejich poskytovatele a vývojáře softwarů, které elektronickou komunikací využívají. Díky formě nařízení bude úprava jednotná pro všechny členské státy Evropské unie, což zjednoduší podnikání zejména přeshraničním společnostem.

Přestože je základní rámec ePrivacy již znám a neměl by se významně měnit, na konečnou podobu si budeme muset počkat, až bude přijato finální znění ePrivacy nařízení.

Mgr. Barbora Prokúpková
advokát Advokátní kancelář Vítek Mrázek Kramný
s.r.o. (www.vitek-mrazek.cz).

ŠVÉDOVÉ HLEDAJÍ PARTNERY PRO IMPORT ZNAČEK RAM A DODGE

Společnost Klintberg & Way Automotive (KWA), součást švédského holdingu Klintberg & Way Group AB, má v úmyslu stát se dominantním dovozcem amerických automobilů Dodge a RAM do Evropy. Své cíle představila několika vybraným evropským novinářům ve Stockholmu.



Firma KWA na letošním autosalonu v Ženevě prezentovala novou generaci velkého pick-upu RAM 1500 a v současnosti provozuje 24 dealerství ve Švédsku. Jejím záměrem je mít do roku 2021 celkem 155 prodejních míst po celé Evropě, zejména pak v Německu, Belgii, Holandsku, Švýcarsku, Rakousku, Itálii, Francii a střední a východní Evropě (jedno by mělo být i v Praze). Partnery stále hledají a překvapily nás minimálními požadavky (například prodejní plocha alespoň 120 m² a tři vozy na prodejně). Dostali jsme příležitost prohlédnout si skutečně reprezentativní čtyřpatrové prodejní a servisní středisko KWA na známé stockholmské ulici Segeltorp, lemované velkými prodejny automobilů různých značek.

ŠVÝCARSKÁ CENTRÁLA

Centrála KWA byla vloni založena ve švýcarském Luganu a CEO jmenován Alessio Castelli, absolvent turínské Polytechniky s bohatou praxí v různých složkách koncernu FCA. Zárukou obchodního úspěchu společnosti KWA má být právě podpora divize FCA International Operations koncernu FCA, ovšem zatím zůstává nejasné, jakou podobu tato podpora vlastně má. Jisté je, že významný podíl v KWA drží švédský rodinný investiční holding Anders Hedin Invest AB se sídlem v Gothenburgu, zabývající se kromě „automotive“ (díly, pronájem vozidel) také nemovitostmi.



AUTA PŘISTANOU V BREMERHAVENU

KWA hodlá zákazníkům, resp. svým obchodním partnerům, zajišťovat komplexní servis. Automobily bude dovážet do německého přístavu Bremerhaven, v němž v současnosti buduje své technické středisko. Otevřeno má být ve druhém čtvrtletí příštího roku a kromě přestavby amerických vozů podle homologačních požadavků evropských zemí (zejména vnější osvětlení) zde má provádět i zástavby poháněcích systémů na LPG a CNG (dodavatele nám zatím nepředstavili). Mělo by jít o špičková řešení z vlastního vývoje schopná snadné aplikace skrze originální konektory (žádné pájení drátů). Zásobování náhradními díly zajistí oddělení KW Parts AB, jež je autorizovaným partnerem Mopar (díly pro Jeep, Chrysler a Dodge) a již nyní ve svých švédských skladech disponuje 85 000 položkami. Samozřejmostí mají být veškeré záruky, jejichž garantem bude firma Svensk Bilgaranti AB.



VLAJKOVOU LODÍ RAM 1500

Jak nám prozradil Federico Marini, šéf marketingu KWA, dodáváno bude zprvu hned několik automobilů, jež jsme testovali na okruhu Training Partner Nordic AB v blízkosti stockholmského letiště Arlanda i na přilehlém terénním polygonu. Vlakovou lodí expanze KWA se stává nový velký pick-up RAM 1500, počítá se ale též se SUV Dodge Durango (oba výhradně s mohutným osmiválcem 5,7l Hemi). V nabídce jsou též kupé Dodge Challenger, a to včetně provedení Hellcat (V8 6,2 l/527 kW). Ani jeden ze zmíněných automobilů nemá v současnosti na evropských trzích přímou konkurenci, a kromě nezaměnitelného charakteru mají působit i cenou: například RAM 1500 v bohatě vybaveném provedení Bighorn startuje v Německu na ceně 52 900 Euro bez DPH.

Jiří Duchoň, šéfredaktor magazínu Automobil
a zástupce České republiky v porotě COTY