

Κατευθυντήριες γραμμές



Κατευθυντήριες γραμμές 8/2020 σχετικά με τη στόχευση χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης

Έκδοση 2.0

Εγκρίθηκε στις 13 Απριλίου 2021

Translations proofread by EDPB Members.
This language version has not yet been proofread.

Ιστορικό εκδόσεων

Έκδοση 2.0	13 Απριλίου 2021	Έγκριση των κατευθυντήριων γραμμών μετά από δημόσια διαβούλευση
Έκδοση 1.0	2 Σεπτεμβρίου 2020	Έγκριση των κατευθυντήριων γραμμών για δημόσια διαβούλευση

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Πίνακας περιεχομένων.....	3
1 Εισαγωγή.....	4
2 Πεδίο εφαρμογής.....	6
3 Κίνδυνοι για τα δικαιώματα και τις ελευθερίες των χρηστών λόγω της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα	6
4 Φορείς και ρόλοι.....	10
4.1 Χρήστες.....	10
4.2 Πάροχοι μέσω κοινωνικής δικτύωσης	11
4.3 Στοχεύοντες φορείς.....	12
4.4 Άλλοι συναφείς φορείς	12
4.5 Ρόλοι και αρμοδιότητες	13
5 Ανάλυση των διαφόρων μηχανισμών στόχευσης	15
5.1 Επισκόπηση	15
5.2 Στόχευση βάσει παρεχόμενων δεδομένων	17
5.2.1 Δεδομένα τα οποία παρέχει ο χρήστης στον πάροχο μέσω κοινωνικής δικτύωσης..	17
Α. Ρόλοι.....	18
Β. Νομική βάση.....	19
5.2.2 Δεδομένα τα οποία παρέχει ο χρήστης της πλατφόρμας του μέσου κοινωνικής δικτύωσης στον στοχεύοντα φορέα	23
Α. Ρόλοι.....	24
Β. Νομική βάση.....	25
5.3 Στόχευση βάσει παρατηρούμενων δεδομένων.....	25
5.3.1 Ρόλοι.....	27
5.3.2 Νομική βάση.....	28
5.4 Στόχευση βάσει συναγόμενων δεδομένων	30
5.4.1 Ρόλοι.....	31
5.4.2 Νομική βάση.....	31
6 Διαφάνεια και δικαίωμα πρόσβασης	33
6.1 Ουσία της συμφωνίας και πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται (άρθρο 26 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ).....	33
6.2 Δικαίωμα πρόσβασης (άρθρο 15).....	36
7 Εκτιμήσεις αντικτύπου σχετικά με την προστασία δεδομένων (ΕΑΠΔ)	37
8 Ειδικές κατηγορίες δεδομένων	39
8.1 Τι συνιστά ειδική κατηγορία δεδομένων.....	39
8.1.1 Ρητές ειδικές κατηγορίες δεδομένων	40

8.1.2	Συναγόμενα δεδομένα και συνδυασμένες ειδικές κατηγορίες δεδομένων	41
8.2	Η εξαίρεση του άρθρου 9 παράγραφος 2 για τις ειδικές κατηγορίες δεδομένων που έχουν προδήλως δημοσιοποιηθεί.....	43
9	Από κοινού ευθύνη επεξεργασίας και ευθύνη.....	45
9.1	Συμφωνία από κοινού υπευθύνων επεξεργασίας και καθορισμός αρμοδιοτήτων (άρθρο 26 του ΓΚΠΔ)	45
9.2	Επίπεδα ευθύνης.....	47

Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Προστασίας Δεδομένων

Έχοντας υπόψη το άρθρο 70 παράγραφος 1 στοιχείο ε) του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 27ης Απριλίου 2016, για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών και την κατάργηση της οδηγίας 95/46/ΕΚ,

ΕΞΕΔΩΣΕ ΤΙΣ ΑΚΟΛΟΥΘΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΤΗΡΙΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ

1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- Κατά την τελευταία δεκαετία σημαντική εξέλιξη στο διαδικτυακό περιβάλλον υπήρξε η ανάδυση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να διατηρούν την επικοινωνία με συγγενείς και φίλους, να συμμετέχουν σε επαγγελματική δικτύωση ή να συνδέονται γύρω από κοινά ενδιαφέροντα και ιδέες. Για τους σκοπούς των παρούσων κατευθυντήριων γραμμών, ως μέσα κοινωνικής δικτύωσης νοούνται διαδικτυακές πλατφόρμες οι οποίες καθιστούν δυνατή την ανάπτυξη δικτύων και κοινοτήτων χρηστών, μεταξύ των οποίων γίνεται ανταλλαγή πληροφοριών και περιεχομένου¹. Στα βασικά χαρακτηριστικά των μέσων κοινωνικής δικτύωσης περιλαμβάνεται η δυνατότητα των φυσικών προσώπων να εγγράφονται για να δημιουργήσουν για τον εαυτό τους «λογαριασμούς» ή «προφίλ», να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους ανταλλάσσοντας περιεχόμενο που δημιουργούν οι χρήστες ή άλλο περιεχόμενο και να αναπτύσσουν συνδέσεις και δίκτυα με άλλους χρήστες².
- Στο πλαίσιο του επιχειρηματικού μοντέλου τους, πολλοί πάροχοι μέσων κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν υπηρεσίες στόχευσης. Οι υπηρεσίες στόχευσης παρέχουν τη δυνατότητα σε φυσικά ή

¹ Πρόσθετες λειτουργίες τις οποίες παρέχουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να είναι, για παράδειγμα, η εξατομίκευση, η ολοκλήρωση εφαρμογών, τα πρόσθετα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η επαλήθευση της ταυτότητας χρήστη, η ανάλυση και η δημοσίευση. Οι λειτουργίες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να προσφέρονται αυτοτελώς από τους υπευθύνους επεξεργασίας ή μπορεί να είναι ενσωματωμένες στο πλαίσιο ευρύτερης προσφοράς υπηρεσίας.

² Επιπλέον των «παραδοσιακών» πλατφορμών μέσων κοινωνικής δικτύωσης, παραδείγματα άλλων μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι τα ακόλουθα: πλατφόρμες γνωριμιών στις οποίες εγγεγραμμένοι χρήστες παρουσιάζουν τον εαυτό τους αναζητώντας συντρόφους τους οποίους μπορούν να συναντήσουν στην πραγματική ζωή· πλατφόρμες στις οποίες εγγεγραμμένοι χρήστες μπορούν να αναφορτώσουν βίντεο που δημιουργούν οι ίδιοι, να σχολιάσουν βίντεο άλλων και να συνδεθούν σε βίντεο άλλων· ή παιχνίδια υπολογιστή στα οποία εγγεγραμμένοι χρήστες μπορούν να παίζουν μαζί σε ομάδες, να ανταλλάσσουν πληροφορίες ή να μοιράζονται τις εμπειρίες και τις επιτυχίες τους στο παιχνίδι.

νομικά πρόσωπα (στο εξής: στοχεύοντες φορείς) να μεταδίδουν συγκεκριμένα μηνύματα στους χρήστες μέσω κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό την προαγωγή εμπορικών, πολιτικών ή άλλων συμφερόντων³. Το χαρακτηριστικό που διακρίνει τη στόχευση είναι η θεωρούμενη αντιστοιχία μεταξύ του προσώπου ή της ομάδας στόχου και του μηνύματος που μεταδίδεται. Η υποκείμενη παραδοχή είναι ότι όσο καλύτερη είναι η αντιστοιχία τόσο υψηλότερο είναι το ποσοστό πρόσληψης (μεταστροφής) και, επομένως, τόσο πιο αποτελεσματική είναι η εκστρατεία στόχευσης (απόδοση επένδυσης).

3. Με την πάροδο του χρόνου, οι μηχανισμοί στόχευσης χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έγιναν πιο πολύπλοκοι. Οι οργανισμοί έχουν πλέον την ικανότητα να στοχεύουν φυσικά πρόσωπα βάσει ευρέος φάσματος κριτηρίων. Τα κριτήρια αυτά μπορεί να καταρτίστηκαν βάσει δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα τα οποία οι χρήστες παρείχαν ή αντάλλαξαν ενεργά, όπως πληροφορίες προσωπικής κατάστασης. Ωστόσο, ολοένα και περισσότερο, κριτήρια στόχευσης καταρτίζονται επίσης βάσει δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα τα οποία έχουν παρατηρήσει ή συναγάγει είτε ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης είτε τρίτοι, και τα οποία έχουν συλλέξει (συγκεντρώσει) η πλατφόρμα ή άλλοι φορείς (π.χ. μεσίτες δεδομένων) για την υποστήριξη επιλογών διαφημιστικής στόχευσης. Με άλλα λόγια, η στόχευση χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης περιλαμβάνει όχι μόνο την πράξη της «επιλογής» των φυσικών προσώπων που αποτελούν τους σκοπούμενους αποδέκτες συγκεκριμένου μηνύματος (στο εξής: κοινό-στόχος), αλλά μια ολόκληρη διαδικασία την οποία εκτελεί ένα σύνολο ενδιαφερόμενων μερών και η οποία έχει ως αποτέλεσμα τη διαβίβαση συγκεκριμένων μηνυμάτων σε φυσικά πρόσωπα με λογαριασμούς σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης⁴.
4. Ο συνδυασμός και η ανάλυση δεδομένων που προέρχονται από διαφορετικές πηγές, σε συνδυασμό με τον δυνητικά ευαίσθητο χαρακτήρα των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που υποβάλλονται σε επεξεργασία στο πλαίσιο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης⁵, δημιουργούν κινδύνους για τα θεμελιώδη δικαιώματα και τις ελευθερίες των φυσικών προσώπων. Από την άποψη της προστασίας των δεδομένων, πολλοί κίνδυνοι σχετίζονται με την ενδεχόμενη έλλειψη διαφάνειας και ελέγχου από τον χρήστη. Για τα ενδιαφερόμενα φυσικά πρόσωπα, η υποκείμενη επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα η οποία έχει ως αποτέλεσμα τη διαβίβαση στοχευμένου μηνύματος στερείται συχνά διαφάνειας. Επιπλέον, ενδέχεται να περιλαμβάνει απρόβλεπτες ή ανεπιθύμητες χρήσεις δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, οι οποίες εγείρουν ζητήματα όχι μόνον ως προς τη νομοθεσία για την προστασία των δεδομένων, αλλά και σε σχέση με άλλα θεμελιώδη δικαιώματα και ελευθερίες. Πρόσφατα, η στόχευση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προκάλεσε το αυξημένο ενδιαφέρον του κοινού και τον έλεγχο ρυθμιστικών αρχών στο πλαίσιο της δημοκρατικής λήψης αποφάσεων και εκλογικών διαδικασιών⁶.

³ Ως στόχευση (targeting) ορίζεται «η πράξη με την οποία κάτι κατευθύνεται ή στοχεύει σε συγκεκριμένη ομάδα προσώπων» και «η πράξη με την οποία επιχειρείται η προσέλκυση ενός προσώπου ή μιας ομάδας ή ο επηρεασμός τους με κάποιον τρόπο». <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/targeting>.

⁴ Τα μηνύματα που διαβιβάζονται έχουν συνήθως τη μορφή εικόνων και κειμένου, αλλά μπορεί να περιλαμβάνουν επίσης οπτικά και/ή ακουστικά μορφότυπα.

⁵ Τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα τα οποία υποβάλλονται σε επεξεργασία στο πλαίσιο μέσων κοινωνικής δικτύωσης ενδέχεται να συνιστούν «ειδικές κατηγορίες δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα», κατά το άρθρο 9 του ΓΚΠΔ, να αφορούν ευάλωτα φυσικά πρόσωπα ή να έχουν άλλως εξαιρετικά προσωπικό χαρακτήρα. Βλ. επίσης Ομάδα εργασίας του άρθρου 29 για την προστασία δεδομένων, Κατευθυντήριες γραμμές για την εκτίμηση αντικτύπου σχετικά με την προστασία των δεδομένων (ΕΑΠΔ) και καθορισμός του κατά πόσον η επεξεργασία «ενδέχεται να επιφέρει υψηλό κίνδυνο» για τους σκοπούς του κανονισμού 2016/679, WP 248 αναθ. 01, σ. 11.

⁶ Βλ. για παράδειγμα: https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb-2019-03-13-statement-on-elections_en.pdf <https://ico.org.uk/about-the-ico/news-and-events/news-and-blogs/2018/07/findings-recommendations-and-actions-from-ico-investigation-into-data-analytics-in-political-campaigns/>.

2 ΠΕΔΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

5. Στη στόχευση χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να εμπλέκονται πολλοί και διαφορετικοί φορείς, οι οποίοι, για τους σκοπούς των παρουσών κατευθυντήριων γραμμών, υποδιαιρούνται σε τέσσερις ομάδες: πάροχοι μέσω κοινωνικής δικτύωσης, χρήστες μέσω κοινωνικής δικτύωσης, στοχεύοντες και άλλοι φορείς οι οποίοι ενδέχεται να εμπλέκονται στη διαδικασία στόχευσης. Η σημασία του ορθού προσδιορισμού των ρόλων και των αρμοδιοτήτων των διαφόρων φορέων αναδείχθηκε πρόσφατα στις αποφάσεις *Wirtschaftsakademie* και *Fashion ID* του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΔΕΕ)⁷. Αμφότερες οι αποφάσεις καταδεικνύουν ότι η αλληλεπίδραση μεταξύ παρόχων μέσω κοινωνικής δικτύωσης και άλλων φορέων μπορεί να συνεπάγεται από κοινού ευθύνη βάσει της νομοθεσίας της ΕΕ για την προστασία δεδομένων.
6. Λαμβανομένης υπόψη της νομολογίας του ΔΕΕ, καθώς και των διατάξεων του ΓΚΠΔ σχετικά με τους από κοινού υπευθύνους επεξεργασίας και τη λογοδοσία, οι παρούσες κατευθυντήριες γραμμές παρέχουν καθοδήγηση σχετικά με τη στόχευση χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης, ειδικότερα όσον αφορά τις ευθύνες των στοχευόντων φορέων και των παρόχων μέσω κοινωνικής δικτύωσης. Όταν υφίσταται από κοινού ευθύνη, με τις παρούσες κατευθυντήριες γραμμές επιδιώκεται να αποσαφηνιστεί η εικόνα της ενδεχόμενης κατανομής αρμοδιοτήτων μεταξύ στοχευόντων φορέων και παρόχων μέσω κοινωνικής δικτύωσης βάσει πρακτικών παραδειγμάτων⁸.
7. Επομένως, κύριος στόχος των παρουσών κατευθυντήριων γραμμών είναι η αποσαφήνιση των ρόλων και των αρμοδιοτήτων, αφενός, του παρόχου μέσω κοινωνικής δικτύωσης και, αφετέρου, του στοχευόντος φορέα. Για τον σκοπό αυτόν, στις κατευθυντήριες γραμμές προσδιορίζονται επίσης οι δυνητικοί κίνδυνοι για τα δικαιώματα και τις ελευθερίες των φυσικών προσώπων (ενότητα 3) καθώς και οι κύριοι φορείς και οι ρόλοι τους (ενότητα 4), και εξετάζεται η εφαρμογή βασικών απαιτήσεων προστασίας δεδομένων (όπως νομιμότητα και διαφάνεια, ΕΑΠΔ κ.λπ.), καθώς και βασικά στοιχεία των συμφωνιών μεταξύ παρόχων μέσω κοινωνικής δικτύωσης και στοχευόντων φορέων.
8. Ωστόσο, το πεδίο των παρουσών κατευθυντήριων γραμμών καλύπτει τις σχέσεις μεταξύ εγγεγραμμένων χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης, των παρόχων του, καθώς και των στοχευόντων φορέων. Η διεξοδική ανάλυση σεναρίων, όπως αυτού φυσικών προσώπων που δεν είναι εγγεγραμμένα σε παρόχους μέσω κοινωνικής δικτύωσης, δεν εμπίπτει στο πεδίο των παρουσών κατευθυντήριων γραμμών.

3 ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΓΙΑ ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΚΑΙ ΤΙΣ ΕΛΕΥΘΕΡΙΕΣ ΤΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ ΛΟΓΩ ΤΗΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ

9. Στον ΓΚΠΔ υπογραμμίζεται η σημασία της κατάλληλης εκτίμησης και του μετριασμού τυχόν κινδύνων για τα δικαιώματα και τις ελευθερίες των φυσικών προσώπων οι οποίοι προκύπτουν από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα⁹. Οι μηχανισμοί που μπορεί να χρησιμοποιούνται

https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/soteu2018-data-protection-law-electoral-guidance-638_en.pdf <https://www.personuvernd.is/information-in-english/greinar/nr/2880>.

⁷ ΔΕΕ, απόφαση της 5ης Ιουνίου 2018 στην υπόθεση C-210/16, *Wirtschaftsakademie*, ECLI:EU:C:2018:388· ΔΕΕ, απόφαση της 29ης Ιουλίου 2019 στην υπόθεση C-40/17, *Fashion ID*, ECLI:EU:C:2019:629.

⁸ Η παρούσα καθοδήγηση δεν θίγει τις κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ 7/2020 σχετικά με τις έννοιες του υπευθύνου επεξεργασίας και του εκτελούντος την επεξεργασία στον ΓΚΠΔ, που εγκρίθηκαν στις 2 Σεπτεμβρίου 2020, όσον αφορά την κατανομή αρμοδιοτήτων σε άλλα πλαίσια.

⁹ Σύμφωνα με το άρθρο 24 του ΓΚΠΔ, ο υπεύθυνος επεξεργασίας εφαρμόζει κατάλληλα τεχνικά και οργανωτικά μέτρα προκειμένου να διασφαλίζει και να μπορεί να αποδεικνύει ότι η επεξεργασία διενεργείται σύμφωνα με τον ΓΚΠΔ, «λαμβάνοντας υπόψη τη φύση, το πεδίο εφαρμογής, το πλαίσιο και τους σκοπούς της επεξεργασίας,

για τη στόχευση χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και οι υποκείμενες δραστηριότητες επεξεργασίας που καθιστούν δυνατή τη στόχευση, μπορεί να ενέχουν σημαντικούς κινδύνους. Με τις παρούσες κατευθυντήριες γραμμές δεν επιδιώκεται να παρασχεθεί εξαντλητικός κατάλογος των ενδεχόμενων κινδύνων για τα δικαιώματα και τις ελευθερίες των φυσικών προσώπων. Παρ' όλα αυτά, το ΕΣΠΔ θεωρεί ότι είναι σημαντικό να επισημάνει ορισμένα είδη κινδύνων και να παράσχει ορισμένα παραδείγματα σχετικά με τον τρόπο εκδήλωσής τους.

10. Η στόχευση των χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να περιλαμβάνει χρήσεις δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που αντιβαίνουν στις εύλογες προσδοκίες των φυσικών προσώπων ή βαίνουν πέραν αυτών, και, επομένως, παραβιάζουν τις αρχές και παραβαίνουν τους κανόνες που εφαρμόζονται στην προστασία δεδομένων. Για παράδειγμα, εάν μια πλατφόρμα μέσου κοινωνικής δικτύωσης συνδυάζει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα από τρίτες πηγές με δεδομένα που γνωστοποίησαν οι χρήστες της πλατφόρμας, αυτό μπορεί να συνεπάγεται τη χρήση των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα πέραν του αρχικού σκοπού τους και με τρόπους τους οποίους το φυσικό πρόσωπο δεν μπορεί εύλογα να προβλέψει. Οι δραστηριότητες κατάρτισης προφίλ που συνδέονται με τη στόχευση ενδέχεται να περιλαμβάνουν την εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με ενδιαφέροντα ή άλλα χαρακτηριστικά, τα οποία το φυσικό πρόσωπο δεν γνωστοποίησε ενεργά, θίγοντας κατ' αυτόν τον τρόπο την ικανότητα του προσώπου να ασκεί έλεγχο επί των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που το αφορούν¹⁰. Επιπλέον, η έλλειψη διαφάνειας όσον αφορά τον ρόλο των διαφόρων φορέων και των εμπλεκόμενων διαδικασιών επεξεργασίας μπορεί να υπονομεύσει, να περιπλέξει ή να παρεμποδίσει την άσκηση των δικαιωμάτων τους από τα υποκείμενα των δεδομένων.
11. Ένα άλλο είδος κινδύνου αφορά το ενδεχόμενο δυσμενών διακρίσεων και αποκλεισμού. Η στόχευση των χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να περιλαμβάνει κριτήρια τα οποία επιφέρουν, με άμεσο ή έμμεσο τρόπο, αποτελέσματα δυσμενούς διάκρισης τα οποία σχετίζονται με τη φυλετική ή εθνοτική καταγωγή, την κατάσταση της υγείας ή τον γενετήσιο προσανατολισμό του προσώπου ή άλλες προστατευόμενες ιδιότητες του οικείου προσώπου. Για παράδειγμα, η χρήση τέτοιου είδους κριτηρίων στο πλαίσιο διαφήμισης που σχετίζεται με προσφορά θέσεων εργασίας, στέγης ή πίστωσης (δάνεια, ενυπόθηκα δάνεια) μπορεί να περιορίσει την προβολή ευκαιριών σε άτομα εντός ορισμένων ομάδων φυσικών προσώπων. Το ενδεχόμενο δυσμενών διακρίσεων κατά τη στόχευση απορρέει από τη δυνατότητα των διαφημιζομένων να μοχλεύουν την εκτενή ποσότητα και ποικιλία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα (π.χ. δημογραφικά στοιχεία, δεδομένα συμπεριφοράς και ενδιαφέροντα) τα οποία συγκεντρώνουν οι πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης σχετικά με τους χρήστες τους¹¹. Πρόσφατη έρευνα υποδεικνύει ότι το ενδεχόμενο συνεπειών δυσμενών διακρίσεων υπάρχει ακόμη

καθώς και τους κινδύνους διαφορετικής πιθανότητας επέλευσης και σοβαρότητας για τα δικαιώματα και τις ελευθερίες των φυσικών προσώπων». Βλ. επίσης Ομάδα εργασίας του άρθρου 29, Κατευθυντήριες γραμμές για την εκτίμηση αντικτύπου σχετικά με την προστασία των δεδομένων (ΕΑΠΔ) και καθορισμός του κατά πόσον η επεξεργασία «ενδέχεται να επιφέρει υψηλό κίνδυνο» για τους σκοπούς του κανονισμού 2016/679, WP 248 αναθ. 01, 4 Οκτωβρίου 2017.

¹⁰ Βλ. επίσης Ευρωπαϊός Επόπτης Προστασίας Δεδομένων, Γνωμοδότηση 3/2018 του ΕΕΠΔ σχετικά με τη χειραγώγηση στο διαδίκτυο, 19 Μαρτίου 2018, σ. 15 («Ο προβληματισμός όσον αφορά τη χρήση δεδομένων από προφίλ για διαφορετικούς σκοπούς μέσω αλγορίθμων αφορά το γεγονός ότι τα δεδομένα χάνουν το αρχικό πλαίσιο τους. Η αλλαγή του σκοπού των δεδομένων είναι πιθανό να επηρεάσει την αυτοδιάθεση του προσώπου ως προς τις πληροφορίες και να μειώσει περαιτέρω τον έλεγχο του υποκειμένου των δεδομένων στα δεδομένα που το αφορούν, επηρεάζοντας με τον τρόπο αυτό την εμπιστοσύνη στα ψηφιακά περιβάλλοντα και τις ψηφιακές υπηρεσίες»).

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

και χωρίς τη χρήση κριτηρίων τα οποία συνδέονται άμεσα με ειδικές κατηγορίες δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα κατά την έννοια του άρθρου 9 του ΓΚΠΔ¹².

12. Μια άλλη κατηγορία κινδύνου αφορά τη δυνητική χειραγώγηση των χρηστών. Οι μηχανισμοί στόχευσης χρησιμοποιούνται, εξ ορισμού, για τον επηρεασμό της συμπεριφοράς και των επιλογών των φυσικών προσώπων, όσον αφορά είτε τις αποφάσεις αγορών τους ως καταναλωτών είτε τις πολιτικές αποφάσεις τους ως πολιτών που συμμετέχουν στα δημόσια πράγματα¹³. Ωστόσο, μερικές προσεγγίσεις στόχευσης μπορεί να φθάνουν έως το σημείο να υπονομεύουν την ατομική αυτονομία και ελευθερία (π.χ. διαβιβάζοντας εξατομικευμένα μηνύματα τα οποία προορίζονται να εκμεταλλευτούν ή ακόμη και να τονίσουν ορισμένα ευάλωτα σημεία, προσωπικές αξίες ή ανησυχίες). Για παράδειγμα, η ανάλυση του περιεχομένου που ανταλλάσσεται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να αποκαλύπτει πληροφορίες σχετικά με τη συναισθηματική κατάσταση του προσώπου (π.χ. μέσω ανάλυσης της χρήσης ορισμένων λέξεων-κλειδιών). Οι πληροφορίες αυτές θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για τη στόχευση του φυσικού προσώπου με συγκεκριμένα μηνύματα και σε συγκεκριμένες χρονικές στιγμές κατά τις οποίες είναι ή αναμένεται να είναι πιο δεκτικό, επηρεάζοντας με αυτόν τον τρόπο εμμέσως τη διαδικασία σκέψης, τα συναισθήματα και τη συμπεριφορά του¹⁴.
13. Μηχανισμοί για τη στόχευση των χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν για τον μη προσήκοντα επηρεασμό φυσικών προσώπων στο πλαίσιο πολιτικού διαλόγου και δημοκρατικών εκλογικών διαδικασιών¹⁵. Ενώ η «παραδοσιακή» εκτός διαδικτύου πολιτική εκστρατεία αποσκοπεί στον επηρεασμό της συμπεριφοράς των ψηφοφόρων μέσω μηνυμάτων που είναι γενικά διαθέσιμα και ανακτήσιμα (επαληθεύσιμα), οι διαθέσιμοι διαδικτυακοί μηχανισμοί στόχευσης παρέχουν στα πολιτικά κόμματα και στις εκστρατείες τη δυνατότητα να στοχεύουν μεμονωμένους ψηφοφόρους με εξατομικευμένα μηνύματα, τα οποία αναφέρονται ειδικά στις ιδιαίτερες ανάγκες, τα συμφέροντα και τις αξίες του κοινού-στόχου¹⁶. Η στόχευση αυτή μπορεί ακόμη και να περιλαμβάνει παραπληροφόρηση ή μηνύματα τα οποία τα φυσικά πρόσωπα θεωρούν ιδιαίτερα οδυνηρά και τα οποία, επομένως, είναι (πιο) πιθανό να προκαλέσουν σε αυτά ένα ορισμένο συναισθημα ή μια ορισμένη αντίδραση. Όταν πολιτικά ή αναληθή μηνύματα (παραπληροφόρηση), χωρίς ή με περιορισμένο συγκείμενο ή έκθεση σε άλλες απόψεις, στοχεύουν συγκεκριμένα φυσικά πρόσωπα, η χρήση μηχανισμών στόχευσης μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την υπονόμηση της δημοκρατικής εκλογικής διαδικασίας¹⁷.
14. Στο ίδιο πνεύμα, η χρήση αλγορίθμων για τον καθορισμό των συγκεκριμένων πληροφοριών που προβάλλονται σε συγκεκριμένα φυσικά πρόσωπα μπορεί να επηρεάζει δυσμενώς την πιθανότητα πρόσβασης σε διαφοροποιημένες πηγές πληροφοριών σε σχέση με ένα συγκεκριμένο θέμα. Αυτό

¹² Ό.π.

¹³ Ευρωπαϊός Επόπτης Προστασίας Δεδομένων, Γνωμοδότηση 3/2018, σ. 18.

¹⁴ Βλ. «Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks», Adam D. I. Kramer, Jamie E. Guillory και Jeffrey T. Hancock, PNAS, 17 Ιουνίου 2014, 111 (24) 8788-8790· πρώτη δημοσίευση στις 2 Ιουνίου 2014 <https://doi.org/10.1073/pnas.1320040111>, διατίθεται στη διεύθυνση: <https://www.pnas.org/content/111/24/8788> Adam D. I. Kramer Core Data Science Team, Facebook, Inc., Menlo Park, CA 94025.

¹⁵ Βλ. επίσης Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Προστασίας Δεδομένων, Δήλωση 2/2019 σχετικά με τη χρήση δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα κατά τη διάρκεια πολιτικών εκστρατειών, 13 Μαρτίου 2019, σ. 1.

¹⁶ Information Commissioner's Office (ICO), *Democracy disrupted? Personal information and political influence*, 10 Ιουλίου 2018, σ. 14.

¹⁷ Βλ. επίσης Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Κατευθύνσεις της Επιτροπής σχετικά με την εφαρμογή της ενωσιακής νομοθεσίας για την προστασία των δεδομένων στο πλαίσιο εκλογών, Συμβολή της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στη σύνοδο ηγετών στο Σάλτσμπουργκ, 20 Σεπτεμβρίου 2018. Βλ. επίσης L.M. Neudert και N.M. Marchal, *Polarisation and the use of technology in political campaigns and communication*, Ευρωπαϊκή Υπηρεσία Κοινοβουλευτικής Έρευνας, 2019, σ. 22-24.

μπορεί, με τη σειρά του, να έχει αρνητικές συνέπειες για την πολυφωνία στον δημόσιο διάλογο και την πρόσβαση σε πληροφορίες¹⁸. Οι μηχανισμοί στόχευσης μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την αύξηση της προβολής ορισμένων μηνυμάτων, με παράλληλη υποβάθμιση άλλων. Ο δυνητικός αρνητικός αντίκτυπος μπορεί να εκδηλωθεί σε δύο επίπεδα. Αφενός, υπάρχουν κίνδυνοι οι οποίοι σχετίζονται με τους λεγόμενους «θύλακες φίλτρων», στο πλαίσιο των οποίων τα άτομα εκτίθενται συνεχώς σε ίδιες πληροφορίες και συναντούν λιγότερες απόψεις, με αποτέλεσμα να υπάρχει αυξημένη πολιτική και ιδεολογική πόλωση¹⁹. Αφετέρου, οι μηχανισμοί στόχευσης μπορεί επίσης να δημιουργήσουν κινδύνους «υπερπληροφόρησης», στο πλαίσιο της οποίας τα άτομα δεν μπορούν να λάβουν ενημερωμένη απόφαση, διότι έχουν στη διάθεσή τους υπερπληθώρα πληροφοριών και δεν μπορούν να γνωρίζουν αν αυτές είναι αξιόπιστες.

15. Η συλλογή δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από τους παρόχους μέσων κοινωνικής δικτύωσης ενδέχεται να μην περιορίζεται στις δραστηριότητες που ασκούν τα φυσικά πρόσωπα στην ίδια την πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης. Η στόχευση χρηστών μέσων κοινωνικής δικτύωσης βάσει πληροφοριών που αφορούν τη συμπεριφορά πλοήγησής τους ή άλλες δραστηριότητες εκτός της πλατφόρμας του μέσου κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να δώσει στα φυσικά πρόσωπα την αίσθηση ότι η συμπεριφορά τους παρακολουθείται συστηματικά. Αυτό μπορεί να έχει ως συνέπεια την αποθάρρυνση της ελευθερίας έκφρασης, συμπεριλαμβανομένης της πρόσβασης σε πληροφορίες²⁰. Τέτοιες συνέπειες μπορεί να είναι πιο έντονες, εάν η στόχευση βασίζεται επίσης στην ανάλυση του περιεχομένου που ανταλλάσσουν οι χρήστες μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Εάν ιδιωτικά μηνύματα, αναρτήσεις και σχόλια υποβάλλονται σε ανάλυση για εμπορική ή πολιτική χρήση, αυτό μπορεί επίσης να οδηγήσει σε αυτολογοκρισία.
16. Ο ενδεχόμενος δυσμενής αντίκτυπος της στόχευσης μπορεί να είναι σημαντικά μεγαλύτερος στην περίπτωση ευάλωτων κατηγοριών φυσικών προσώπων, π.χ. παιδιών. Η στόχευση μπορεί να επηρεάσει τη διαμόρφωση των προσωπικών προτιμήσεων και ενδιαφερόντων των παιδιών, επηρεάζοντας τελικά την αυτονομία και το δικαίωμά τους να αναπτυχθούν. Στην αιτιολογική σκέψη 38 του ΓΚΠΔ αναφέρεται ότι ειδική προστασία θα πρέπει να ισχύει στη χρήση των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα με σκοπό την εμπορία ή τη δημιουργία προφίλ προσωπικότητας ή προφίλ χρήστη και τη συλλογή δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα όσον αφορά παιδιά κατά τη χρήση υπηρεσιών που προσφέρονται άμεσα σε ένα παιδί²¹.
17. Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι διαδεδομένη στην ΕΕ, καθώς 54 % των ατόμων ηλικίας 16-74 ετών συμμετείχαν σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης το 2019. Εξάλλου, αυτό το ποσοστό συμμετοχής αυξάνεται σταθερά με την πάροδο των ετών²². Το ΕΣΠΔ αναγνωρίζει ότι η αύξηση της συγκέντρωσης στις αγορές μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της στόχευσης μπορεί επίσης να αυξήσει τους κινδύνους για τα δικαιώματα και τις ελευθερίες μεγάλου αριθμού φυσικών προσώπων. Για παράδειγμα, ορισμένοι πάροχοι μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να είναι σε θέση να συνδυάσουν, αυτοτελώς ή σε σύνδεση με άλλες εταιρείες, περισσότερα και πιο ποικίλα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα. Το γεγονός αυτό μπορεί, με τη σειρά του, να αυξήσει την ικανότητα προσφοράς πιο προηγμένων εκστρατειών στόχευσης. Το ζήτημα αυτό έχει σημασία από την άποψη

¹⁸ Βλ. επίσης ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, της 3ης Μαΐου 2018, σχετικά με την πολυφωνία και την ελευθερία των μέσων μαζικής ενημέρωσης στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

¹⁹ Ευρωπαϊός Επόπτης Προστασίας Δεδομένων, Γνωμοδότηση 3/2018, σ. 7.

²⁰ Ευρωπαϊός Επόπτης Προστασίας Δεδομένων, Γνωμοδότηση 3/2018, σ. 9, και Committee of experts on media pluralism and transparency of media ownership (MSI-MED), Internet and Electoral Campaigns, Study on the use of internet in electoral campaigns, μελέτη του Συμβουλίου της Ευρώπης DGI(2017)11, Απρίλιος 2018, σ. 19-21.

²¹ Βλ. επίσης Ομάδα εργασίας του άρθρου 29 για την προστασία δεδομένων, Κατευθυντήριες γραμμές για την αυτοματοποιημένη λήψη αποφάσεων και την κατάρτιση προφίλ για τους σκοπούς του κανονισμού 2016/679, 6 Φεβρουαρίου 2018, WP 251 αναθ. 01, σ. 29.

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

τόσο της προστασίας δεδομένων (κατάρτιση διεξοδικότερων προφίλ των ενδιαφερόμενων προσώπων) όσο και του δικαίου του ανταγωνισμού (οι απaráμιλλες ικανότητες απόκτησης πληροφοριών που παρέχει η πλατφόρμα μπορεί να την καταστήσουν «αναγκαίο εμπορικό εταίρο» για τις εταιρείες διαδικτυακού μάρκετινγκ). Εξάλλου, το ΕΣΠΔ έχει αναγνωρίσει ότι ο βαθμός ισχύος στην αγορά και στη διάδοση των πληροφοριών «ενδέχεται να απειλήσει το επίπεδο προστασίας των δεδομένων και την ελευθερία των καταναλωτών ψηφιακών υπηρεσιών»²³.

18. Το ενδεχόμενο επέλευσης και η σοβαρότητα των προαναφερθέντων κινδύνων εξαρτώνται, μεταξύ άλλων, από τον χαρακτήρα του μηχανισμού στόχευσης και από τον τρόπο με τον οποίο, και τον ακριβή σκοπό ή σκοπούς για τους οποίους, θα χρησιμοποιηθεί. Στοιχεία τα οποία μπορεί να επηρεάσουν το ενδεχόμενο επέλευσης και τη σοβαρότητα των κινδύνων στο πλαίσιο της στόχευσης χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης θα εξεταστούν αναλυτικότερα στην ενότητα 7.

4 ΦΟΡΕΙΣ ΚΑΙ ΡΟΛΟΙ

4.1 Χρήστες

19. Τα φυσικά πρόσωπα χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης υπό διάφορες ιδιότητες και για διάφορους σκοπούς (π.χ. για να διατηρήσουν επικοινωνία με φίλους, να ανταλλάξουν πληροφορίες σχετικά με κοινά ενδιαφέροντα ή να αναζητήσουν ευκαιρίες απασχόλησης). Ο όρος «χρήστης» χρησιμοποιείται συνήθως σε σχέση με φυσικά πρόσωπα τα οποία είναι εγγεγραμμένα στην υπηρεσία (ήτοι αυτά που έχουν «λογαριασμό» ή «προφίλ»). Ωστόσο, τα πρόσωπα μπορούν επίσης να έχουν πρόσβαση σε πολλές υπηρεσίες μέσω κοινωνικής δικτύωσης χωρίς εγγραφή (ήτοι χωρίς τη δημιουργία λογαριασμού ή προφίλ)²⁴. Συνήθως, στην περίπτωση αυτή, τα πρόσωπα δεν μπορούν να χρησιμοποιήσουν όλα τα χαρακτηριστικά ή τις υπηρεσίες που προσφέρονται στα πρόσωπα που έχουν εγγραφεί στον πάροχο του μέσου κοινωνικής δικτύωσης. Τόσο τα φυσικά πρόσωπα που έχουν εγγραφεί όσο και εκείνα που δεν έχουν εγγραφεί στους παρόχους μέσω κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να θεωρηθούν «υποκείμενα των δεδομένων» κατά την έννοια του άρθρου 4 σημείο 1 του ΓΚΠΔ στον βαθμό που είναι, άμεσα ή έμμεσα, ταυτοποιημένα ή ταυτοποιήσιμα²⁵.
20. Το αν τα φυσικά πρόσωπα πρέπει να εγγράφονται κάνοντας χρήση του πραγματικού ονόματός τους ή προσωνυμίου ή ψευδωνύμου μπορεί να διαφέρει ανάλογα με τη συγκεκριμένη υπηρεσία μέσου κοινωνικής δικτύωσης. Ωστόσο, γενικά, θα παραμένει δυνατή η στόχευση (ή άλλως ο διαχωρισμός) του συγκεκριμένου χρήστη, ακόμη και ελλείψει πολιτικής χρήσης πραγματικού ονόματος, καθώς τα περισσότερα είδη στόχευσης δεν στηρίζονται στα ονόματα των χρηστών, αλλά σε άλλα είδη δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, όπως ενδιαφέροντα, κοινωνικογραφικά δεδομένα, συμπεριφορά και άλλα αναγνωριστικά στοιχεία. Οι πάροχοι μέσω κοινωνικής δικτύωσης παροτρύνουν συχνά τους χρήστες τους να αποκαλύπτουν δεδομένα του «πραγματικού κόσμου», όπως αριθμούς τηλεφώνου²⁶. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι οι πάροχοι μέσω κοινωνικής δικτύωσης

²³ Δήλωση του ΕΣΠΔ σχετικά με τις επιπτώσεις της οικονομικής συγκέντρωσης στην προστασία των δεδομένων, διατίθεται στη διεύθυνση:

https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_statement_economic_concentration_el.pdf

²⁴ Τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα και οι πληροφορίες κατάρτισης προφίλ που διατηρούν οι πάροχοι μέσω κοινωνικής δικτύωσης σε σχέση με φυσικά πρόσωπα τα οποία δεν είναι εγγεγραμμένα σε παρόχους μέσω κοινωνικής δικτύωσης ονομάζονται ενίοτε «σκιώδη προφίλ».

²⁵ Βλ. επίσης αιτιολογική σκέψη 26 («διαχωρισμός»). Βλ. επίσης Ομάδα εργασίας του άρθρου 29 για την προστασία δεδομένων, Γνώμη 4/2007 σχετικά με την έννοια του όρου «δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα», 20 Ιουνίου 2007, WP 136, σ. 12 κ. επ.

²⁶ Σε μερικές περιπτώσεις, οι πάροχοι μέσω κοινωνικής δικτύωσης ζητούν πρόσθετη τεκμηρίωση για την περαιτέρω επαλήθευση των παρεχόμενων δεδομένων, για παράδειγμα ζητούν από τους χρήστες να αναφορτώσουν την ταυτότητά τους ή άλλα παρεμφερή έγγραφα.

μπορεί επίσης να καθιστούν δυνατή τη στόχευση φυσικών προσώπων που δεν έχουν λογαριασμό στον πάροχο μέσω κοινωνικής δικτύωσης²⁷.

4.2 Πάροχοι μέσω κοινωνικής δικτύωσης

21. Οι πάροχοι μέσω κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν διαδικτυακή υπηρεσία η οποία καθιστά δυνατή την ανάπτυξη δικτύων και κοινοτήτων χρηστών, μεταξύ των οποίων γίνεται ανταλλαγή πληροφοριών και περιεχομένου. Οι υπηρεσίες μέσω κοινωνικής δικτύωσης παρέχονται συνήθως μέσω διαδικτυακών φυλλομετρητών ή ειδικών εφαρμογών, συχνά αφού ζητηθεί από τον χρήστη να παράσχει ένα σύνολο δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για τη δημιουργία του «λογαριασμού» ή του «προφίλ» του χρήστη. Παρέχουν επίσης συχνά στους χρήστες συναφή «μέσα ελέγχου» του λογαριασμού, ώστε να μπορούν να έχουν πρόσβαση στα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που υποβάλλονται σε επεξεργασία στο πλαίσιο της χρήσης του λογαριασμού τους και να τα ελέγχουν.
22. Οι πάροχοι μέσω κοινωνικής δικτύωσης καθορίζουν τις λειτουργικότητες της υπηρεσίας. Αυτό, με τη σειρά του, περιλαμβάνει τον καθορισμό των δεδομένων που υποβάλλονται σε επεξεργασία, τον σκοπό και τους όρους της επεξεργασίας, καθώς και τον τρόπο επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Αυτό καθιστά δυνατή την παροχή της υπηρεσίας μέσω κοινωνικής δικτύωσης, αλλά πιθανότατα και την παροχή υπηρεσιών, όπως η στόχευση, οι οποίες είναι επωφελείς για τους επιχειρηματικούς εταίρους που δραστηριοποιούνται στην πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης ή σε συνεργασία με αυτήν.
23. Οι πάροχοι μέσω κοινωνικής δικτύωσης έχουν την ευκαιρία να συγκεντρώσουν μεγάλες ποσότητες δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σχετικά με τη συμπεριφορά και τις αλληλεπιδράσεις χρηστών και προσώπων τα οποία δεν είναι εγγεγραμμένα σε παρόχους μέσω κοινωνικής δικτύωσης, και αυτό τους παρέχει τη δυνατότητα να αποκτήσουν πολλές πληροφορίες σχετικά με τα κοινωνικοδημογραφικά χαρακτηριστικά, τα ενδιαφέροντα και τις προτιμήσεις των χρηστών. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι οι «πληροφορίες» που βασίζονται στη δραστηριότητα του χρήστη συχνά περιλαμβάνουν συναγόμενα ή παράγωγα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα. Για παράδειγμα, όταν ένας χρήστης αλληλεπιδρά με κάποιο περιεχόμενο (π.χ. δηλώνοντας ότι του «αρέσει» μια ανάρτηση σε μέσο κοινωνικής δικτύωσης ή παρακολουθώντας το περιεχόμενο ενός βίντεο), ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να καταγράψει την πράξη αυτή και να εξαγάγει το συμπέρασμα ότι ο συγκεκριμένος χρήστης έμεινε ευχαριστημένος από το περιεχόμενο με το οποίο είχε αλληλεπίδραση.
24. Οι πάροχοι μέσω κοινωνικής δικτύωσης συγκεντρώνουν, ολοένα και περισσότερο, δεδομένα όχι μόνον από δραστηριότητες στην ίδια την πλατφόρμα, αλλά και από δραστηριότητες εκτός της πλατφόρμας, συνδυάζοντας δεδομένα από πολλαπλές, διαδικτυακές και μη πηγές, με σκοπό την παραγωγή περαιτέρω πληροφοριών. Τα δεδομένα μπορούν να συνδυαστούν με δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα τα οποία τα φυσικά πρόσωπα γνωστοποιούν ενεργά στον πάροχο μέσω κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. όνομα χρήστη, διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, τοποθεσία και αριθμό τηλεφώνου), μαζί με δεδομένα τα οποία η πλατφόρμα «αποδίδει» στα φυσικά πρόσωπα (όπως μοναδικά αναγνωριστικά στοιχεία).

²⁷ Η στόχευση αυτή μπορεί να καταστεί δυνατή βάσει διαδικτυακών αναγνωριστικών στοιχείων τα οποία παρέχουν οι συσκευές, οι εφαρμογές, τα εργαλεία και τα πρωτόκολλα τους, όπως διευθύνσεις πρωτοκόλλου του διαδικτύου (IP), αναγνωριστικά cookies ή άλλα αναγνωριστικά στοιχεία. Αυτά μπορεί να αφήνουν ίχνη τα οποία, ιδίως όταν συνδυαστούν με μοναδικά αναγνωριστικά στοιχεία ταυτότητας και άλλες πληροφορίες που λαμβάνουν οι εξυπηρετητές, μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να δημιουργηθεί το προφίλ των φυσικών προσώπων και να αναγνωριστεί η ταυτότητά τους. Βλ. επίσης αιτιολογική σκέψη 30 του ΓΚΠΔ. Βάσει της αναγνώρισης αυτής, μπορούν να εμφανίζονται στοχευμένες διαφημίσεις σε δικτυακό τόπο τον οποίο επισκέπτεται το φυσικό πρόσωπο.

4.3 Στοχεύοντες φορείς

25. Στις παρούσες κατευθυντήριες γραμμές, ο όρος «στοχεύων φορέας» χρησιμοποιείται για να προσδιορίσει φυσικά ή νομικά πρόσωπα τα οποία χρησιμοποιούν υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό να κατευθύνουν συγκεκριμένα μηνύματα σε ένα σύνολο χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης βάσει συγκεκριμένων παραμέτρων ή κριτηρίων²⁸. Αυτό που διαχωρίζει τους στοχεύοντες φορείς από άλλους χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι ότι επιλέγουν τα μηνύματα και/ή το σκοπούμενο κοινό τους σύμφωνα με τα θεωρούμενα χαρακτηριστικά, ενδιαφέροντα ή προτιμήσεις των οικείων προσώπων, πρακτική η οποία ονομάζεται επίσης ενίοτε «μικροστόχευση»²⁹. Οι στοχεύοντες φορείς μπορεί να εφαρμόζουν στόχευση για την προώθηση εμπορικών, πολιτικών ή άλλων συμφερόντων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι εταιρείες που χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να διαφημίσουν τα προϊόντα τους, μεταξύ άλλων για να αυξήσουν την αναγνωρισιμότητα μιας μάρκας. Τα πολιτικά κόμματα χρησιμοποιούν επίσης ολοένα και περισσότερο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στο πλαίσιο της στρατηγικής των εκστρατειών τους. Φιλανθρωπικές και άλλες μη κερδοσκοπικές οργανώσεις χρησιμοποιούν επίσης τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για τη στόχευση μηνυμάτων σε δυνητικούς συνεισφέροντες ή για την ανάπτυξη κοινοτήτων.
26. Είναι σημαντικό να επισημανθεί ότι οι χρήστες μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να στοχευθούν με διάφορους τρόπους. Για παράδειγμα, η στόχευση μπορεί να πραγματοποιηθεί όχι μόνο μέσω προβολής εξατομικευμένης διαφήμισης (π.χ. μέσω διαφημιστικού πλαισίου που εμφανίζεται στο επάνω μέρος ή στο πλάι ιστοσελίδας), αλλά επίσης —στον βαθμό που συμβαίνει στην πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης— μέσω προβολής στην «τροφοδοσία», το «χρονολόγιο» ή το «ιστορικό» του χρήστη, όπου το διαφημιστικό περιεχόμενο εμφανίζεται μαζί με το περιεχόμενο που δημιουργεί ο ίδιος ο χρήστης. Η στόχευση μπορεί να αφορά επίσης τη δημιουργία περιεχομένου το οποίο φιλοξενείται στον πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. μέσω ειδικής «σελίδας» ή άλλης παρουσίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης) ή αλλού (ήτοι σε δικτυακούς τόπους τρίτων). Οι στοχεύοντες φορείς μπορεί να έχουν τους δικούς τους δικτυακούς τόπους και τις δικές τους εφαρμογές, όπου μπορούν να ενοποιούν συγκεκριμένα επιχειρηματικά εργαλεία ή χαρακτηριστικά μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως πρόσθετα μέσων κοινωνικής δικτύωσης ή συνδέσεις ή μέσω της χρήσης διεπαφών προγραμματισμού εφαρμογών (API) ή εργαλειοθηκών ανάπτυξης λογισμικού (SDK) που προσφέρουν πάροχοι μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

4.4 Άλλοι συναφείς φορείς

27. Οι στοχεύοντες φορείς μπορούν να χρησιμοποιούν άμεσα μηχανισμούς στόχευσης τους οποίους προσφέρουν πάροχοι μέσων κοινωνικής δικτύωσης ή να χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες άλλων φορέων, όπως παρόχων υπηρεσιών μάρκετινγκ, δικτύων διαφήμισης, ανταλλαγών διαφήμισης, πλατφορμών στην πλευρά της ζήτησης και της προσφοράς, παρόχων υπηρεσιών διαχείρισης δεδομένων (DMP) και εταιρειών ανάλυσης δεδομένων. Οι φορείς αυτοί εντάσσονται στο περίπλοκο και εξελισσόμενο οικοσύστημα της διαδικτυακής διαφήμισης (γνωστό επίσης ενίοτε ως τεχνολογία διαφήμισης ή «adtech»), το οποίο συλλέγει και επεξεργάζεται δεδομένα που αφορούν φυσικά

²⁸ Η επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από φυσικό πρόσωπο στο πλαίσιο αποκλειστικά προσωπικής ή οικιακής δραστηριότητας δεν εμπίπτει στο καθ' ύλην πεδίο εφαρμογής του ΓΚΠΔ [άρθρο 2 παράγραφος 2 στοιχείο γ)].

²⁹ Η απλή ανταλλαγή πληροφοριών σε σελίδα μέσου κοινωνικής δικτύωσης η οποία προορίζεται για το ευρύτερο κοινό (π.χ. πληροφορίες σχετικά με ώρες λειτουργίας), χωρίς προηγούμενη επιλογή του σκοπούμενου κοινού, δεν θα θεωρείται «στόχευση» για τους σκοπούς των παρούσων κατευθυντήριων γραμμών.

πρόσωπα (συμπεριλαμβανομένων χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης), για παράδειγμα, παρακολουθώντας τις δραστηριότητες τους σε δικτυακούς τόπους και εφαρμογές³⁰.

28. Οι μεσίτες δεδομένων και οι πάροχοι υπηρεσιών διαχείρισης δεδομένων είναι επίσης σχετικοί φορείς οι οποίοι διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη στόχευση χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης. Οι μεσίτες δεδομένων και οι πάροχοι υπηρεσιών διαχείρισης δεδομένων διαφέρουν από άλλες εταιρείες τεχνολογίας διαφήμισης στον βαθμό που επεξεργάζονται δεδομένα τα οποία συλλέγουν όχι μόνον μέσω τεχνολογιών παρακολούθησης, αλλά και από άλλες πηγές, διαδικτυακές και μη. Με άλλα λόγια, οι μεσίτες δεδομένων και οι πάροχοι υπηρεσιών διαχείρισης δεδομένων συγκεντρώνουν δεδομένα τα οποία συλλέγουν από πλήθος πηγών, τα οποία ενδέχεται να πωλήσουν εν συνεχεία σε άλλα ενδιαφερόμενα μέρη που συμμετέχουν στη διαδικασία στόχευσης³¹.
29. Παρότι καθένας από τους προαναφερθέντες φορείς μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη στόχευση χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης, οι παρούσες κατευθυντήριες γραμμές επικεντρώνονται στην κατανομή των ρόλων και των υποχρεώσεων προστασίας δεδομένων των παρόχων μέσω κοινωνικής δικτύωσης και των στοχευόντων φορέων. Ωστόσο, ανάλογες παρατηρήσεις μπορεί να ισχύουν και για τους άλλους φορείς που εμπλέκονται στο οικοσύστημα διαδικτυακής διαφήμισης, ανάλογα με τον ρόλο κάθε φορέα στη διαδικασία στόχευσης.

4.5 Ρόλοι και αρμοδιότητες

30. Προκειμένου να αποσαφηνιστούν οι αντίστοιχοι ρόλοι και αρμοδιότητες των παρόχων μέσω κοινωνικής δικτύωσης και των στοχευόντων φορέων, είναι σημαντικό να ληφθεί υπόψη η σχετική νομολογία του ΔΕΕ. Οι αποφάσεις στις υποθέσεις *Wirtschaftsakademie* (C-210/16), *Jehovan todistajat* (C-25/17) και *Fashion ID* (C-40/17) έχουν ιδιαίτερη σημασία εν προκειμένω.
31. Αφετηρία για την ανάλυση αποτελεί ο νομικός ορισμός του υπευθύνου επεξεργασίας. Κατά το άρθρο 4 σημείο 7 του ΓΚΠΔ, ως «υπεύθυνος επεξεργασίας» νοείται «*το φυσικό ή νομικό πρόσωπο [...] που, μόνα ή από κοινού με άλλα, καθορίζουν τους σκοπούς και τον τρόπο της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα*».
32. Στην υπόθεση *Wirtschaftsakademie*, το ΔΕΕ αποφάνθηκε ότι πρέπει να θεωρηθεί ότι ο διαχειριστής σελίδας στο Facebook (fan page) συμμετέχει στον καθορισμό των σκοπών και του τρόπου επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Από τα στοιχεία που υποβλήθηκαν στο ΔΕΕ, η δημιουργία σελίδας προϋποθέτει την εκ μέρους του διαχειριστή της επιλογή συγκεκριμένων ρυθμίσεων, η οποία ασκεί επιρροή στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που διενεργείται για την κατάρτιση στατιστικών με βάση τις επισκέψεις στη σελίδα αυτή³². Χρησιμοποιώντας τα φίλτρα που παρέχει το Facebook, ο διαχειριστής μπορεί να καθορίζει τα κριτήρια βάσει των οποίων θα καταρτίζονται οι στατιστικές, ακόμη και να ορίζει τις κατηγορίες προσώπων των οποίων τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα θα αποτελούν αντικείμενο εκμετάλλευσης από το Facebook:

«Ειδικότερα, ο διαχειριστής της σελίδας μπορεί να ζητήσει να λάβει –και άρα να ζητήσει να τύχουν επεξεργασίας– δημογραφικά δεδομένα που αφορούν το κοινό-στόχο, ιδίως δεδομένα σχετικά με τα κυρίαρχα χαρακτηριστικά του από απόψεως ηλικίας, φύλου, προσωπικής και επαγγελματικής καταστάσεως, πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο ζωής και τα ενδιαφέροντα

³⁰ Σχετικά με την περιγραφή των διαφόρων φορέων, βλ. Ομάδα εργασίας του άρθρου 29, Γνώμη 2/2010 σχετικά με την επιγραμμική συμπεριφορική διαφήμιση, σ. 5. Η γνώμη διατίθεται στη διεύθυνση:

https://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2010/wp171_el.pdf

³¹ Βλ. Consumer Policy Research Centre, «*A day in the life of data*», διατίθεται στη διεύθυνση:

<http://cprc.org.au/publication/research-report-a-day-in-the-life-of-data/>

³² Απόφαση στην υπόθεση C-210/16, *Wirtschaftsakademie*, σκέψη 36.

του κοινού-στόχου και πληροφορίες σχετικά με τις αγορές και την αγοραστική συμπεριφορά στο διαδίκτυο των επισκεπτών της σελίδας του, τις κατηγορίες προϊόντων ή υπηρεσιών που τους ενδιαφέρουν περισσότερο, καθώς και γεωγραφικά δεδομένα που παρέχουν στον διαχειριστή της σελίδας τη δυνατότητα να αποφασίζει πού θα πραγματοποιήσει ειδικές προσφορές ή πού θα διοργανώσει εκδηλώσεις και, γενικότερα, να κατευθύνει αποτελεσματικότερα τις προτεινόμενες από αυτόν πληροφορίες».

33. Καθώς η επιλογή συγκεκριμένων ρυθμίσεων εξαρτάται, μεταξύ άλλων, από το κοινό-στόχο του διαχειριστή «καθώς και τους σκοπούς διαχείρισης ή προώθησης των δραστηριοτήτων του», ο διαχειριστής συμμετέχει επίσης στον καθορισμό των σκοπών επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα³³. Ως εκ τούτου, ο υπεύθυνος επεξεργασίας χαρακτηρίστηκε από κοινού υπεύθυνος για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα των επισκεπτών της σελίδας αυτής μαζί με τον πάροχο μέσω κοινωνικής δικτύωσης.
34. Όπως εξηγείται περαιτέρω στην ενότητα 9 των παρούσων κατευθυντήριων γραμμών, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας ενδέχεται να εμπλέκονται σε διαφορετικά στάδια της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και σε διαφορετικό βαθμό. Υπό τις συνθήκες αυτές, το επίπεδο ευθύνης καθενός από αυτούς πρέπει να εκτιμάται λαμβανομένων υπόψη όλων των κρίσιμων περιστάσεων της συγκεκριμένης περίπτωσης:

«[Η] ύπαρξη από κοινού ευθύνης δεν συνεπάγεται κατ' ανάγκη ότι η ευθύνη την οποία υπέχουν οι διάφοροι φορείς που εμπλέκονται σε μια επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα είναι ισοδύναμη. Αντιθέτως, οι εν λόγω φορείς ενδέχεται να εμπλέκονται σε διαφορετικά στάδια της επεξεργασίας αυτής και σε διαφορετικό βαθμό, με αποτέλεσμα το επίπεδο ευθύνης καθενός από αυτούς να πρέπει να εκτιμάται λαμβανομένων υπόψη όλων των κρίσιμων περιστάσεων της συγκεκριμένης περιπτώσεως»³⁴.

35. Το ΔΕΕ, παρότι αποφάνθηκε ότι ο διαχειριστής σελίδας ενεργεί ως υπεύθυνος επεξεργασίας, από κοινού με τη Facebook, επισήμανε επίσης ότι, στη συγκεκριμένη υπόθεση, πρέπει να θεωρηθεί ότι η Facebook καθορίζει κατά κύριο λόγο τους σκοπούς και τον τρόπο της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα των χρηστών του Facebook, καθώς και των επισκεπτών των σελίδων που φιλοξενούνται στο Facebook³⁵.
36. Στην υπόθεση Fashion ID, το ΔΕΕ αποφάνθηκε ότι ο διαχειριστής ιστοσελίδας μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνος επεξεργασίας όταν ενσωματώνει στη σελίδα αυτή πρόσθετο μέσου κοινωνικής δικτύωσης, του Facebook, το οποίο δίνει στον φυλλομετρητή του επισκέπτη της ιστοσελίδας τη δυνατότητα να διαβιβάσει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα του επισκέπτη στο Facebook³⁶. Ωστόσο, ο χαρακτηρισμός του διαχειριστή ιστοσελίδας ως υπευθύνου επεξεργασίας περιορίζεται μόνο στην πράξη ή στη σειρά πράξεων για τις οποίες αυτός καθορίζει πράγματι τους σκοπούς και τον τρόπο της επεξεργασίας. Στην περίπτωση αυτή, το ΔΕΕ έκρινε ότι ο διαχειριστής ιστοσελίδας μπορεί να καθορίσει μόνον από κοινού με τη Facebook τους σκοπούς και τον τρόπο της συλλογής και της ανακοίνωσης με διαβίβαση δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα των επισκεπτών της ιστοσελίδας του. Ως εκ τούτου, το ΔΕΕ αποφάνθηκε ότι, όσον αφορά την ενσωμάτωση σε ιστοσελίδα προσθέτου μέσου κοινωνικής δικτύωσης, η ευθύνη του διαχειριστή ιστοσελίδας:

³³ Απόφαση στην υπόθεση C-210/16, Wirtschaftsakademie, σκέψη 39.

³⁴ Απόφαση στην υπόθεση C-210/16, Wirtschaftsakademie, σκέψη 43· απόφαση στην υπόθεση C-25/17, Jehovan todistajat, σκέψη 66, και απόφαση στην υπόθεση C-40/17, Fashion ID, σκέψη 70.

³⁵ Απόφαση στην υπόθεση C-210/16, Wirtschaftsakademie, σκέψη 30.

³⁶ Απόφαση στην υπόθεση C-40/17, Fashion ID, σκέψεις 75 κ. επ. και σκέψη 107.

«περιορίζεται μόνο στην πράξη ή στη σειρά πράξεων επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για τις οποίες αυτός καθορίζει πράγματι τους σκοπούς και τον τρόπο της επεξεργασίας, ήτοι στη συλλογή και την ανακοίνωση με διαβίβαση των επίμαχων δεδομένων»³⁷.

37. Το ΔΕΕ έκρινε ότι ο διαχειριστής της ιστοσελίδας δεν ήταν υπεύθυνος επεξεργασίας για μεταγενέστερες³⁸ πράξεις επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα η οποία διενεργείται από τη Facebook μετά τη διαβίβασή τους σε αυτήν, καθώς ο διαχειριστής της ιστοσελίδας δεν ήταν σε θέση να καθορίσει τους σκοπούς και τον τρόπο των πράξεων αυτών μέσω της ενσωμάτωσης του πρόσθετου κοινωνικής δικτύωσης:

«Αντιθέτως, υπό το πρίσμα των εν λόγω πληροφοριών, εκ πρώτης όψεως φαίνεται να αποκλείεται το ενδεχόμενο να καθορίζει η Fashion ID τους σκοπούς και τον τρόπο της μεταγενέστερης επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα η οποία διενεργείται από τη Facebook Ireland μετά τη διαβίβασή τους σε αυτήν και, επομένως, η Fashion ID δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη της μεταγενέστερης αυτής επεξεργασίας [...]»³⁹.

38. Σε περίπτωση από κοινού ευθύνης επεξεργασίας, βάσει του άρθρου 26 παράγραφος 1 του ΓΚΠΔ, οι από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας υποχρεούνται να καταρτίζουν συμφωνία στην οποία καθορίζονται, με διαφανή τρόπο, οι αντίστοιχες ευθύνες τους για συμμόρφωση προς τον ΓΚΠΔ, ιδίως όσον αφορά την άσκηση των δικαιωμάτων του υποκειμένου των δεδομένων και τα αντίστοιχα καθήκοντά τους για να παρέχουν τις πληροφορίες που αναφέρονται στα άρθρα 13 και 14 του ΓΚΠΔ.
39. Στις ενότητες που ακολουθούν αποσαφηνίζονται, με συγκεκριμένα παραδείγματα, οι ρόλοι των στοχευόντων φορέων και των παρόχων μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε σχέση με διάφορους μηχανισμούς στόχευσης. Εξετάζεται ειδικότερα ο τρόπος με τον οποίο οι απαιτήσεις της νομιμότητας και του περιορισμού του σκοπού εφαρμόζονται στο πλαίσιο αυτό. Εν συνεχεία αναλύονται οι απαιτήσεις όσον αφορά τη διαφάνεια, την εκτίμηση του αντικτύπου σχετικά με την προστασία δεδομένων και την επεξεργασία ειδικών κατηγοριών δεδομένων. Τέλος, στις κατευθυντήριες γραμμές εξετάζεται η υποχρέωση των από κοινού υπευθύνων επεξεργασίας να καταρτίσουν κατάλληλη συμφωνία, δυνάμει του άρθρου 26 του ΓΚΠΔ, λαμβάνοντας υπόψη τον βαθμό ευθύνης του στοχευόντος φορέα και του παρόχου μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΜΗΧΑΝΙΣΜΩΝ ΣΤΟΧΕΥΣΗΣ

5.1 Επισκόπηση

³⁷ Απόφαση στην υπόθεση C-40/17, Fashion ID, σκέψη 107.

³⁸ Μεταγενέστερη επεξεργασία είναι κάθε πράξη ή σύνολο πράξεων επεξεργασίας που έπεται (ήτοι διενεργείται κατόπιν) της συλλογής δεδομένων. Στην υπόθεση Fashion ID, ο όρος χρησιμοποιείται για να παραπέμψει σε πράξεις επεξεργασίας που διενήργησε η Facebook μετά τη διαβίβαση των δεδομένων και για τις οποίες η Fashion ID δεν θα πρέπει να θεωρείται από κοινού υπεύθυνος επεξεργασίας (καθώς δεν συμμετέχει πραγματικά στον καθορισμό των σκοπών και του τρόπου της επεξεργασίας αυτής).

Μεταγενέστερη επεξεργασία για σκοπό διαφορετικό από εκείνον για τον οποίο συλλέχθηκαν τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα επιτρέπεται μόνον τηρουμένου του άρθρου 6 παράγραφος 4 του ΓΚΠΔ σχετικά με την περαιτέρω επεξεργασία. Για παράδειγμα, εάν διαδικτυακός λιανοπωλητής συλλέγει δεδομένα σχετικά με τη διεύθυνση κατοικίας ενός προσώπου, μεταγενέστερη επεξεργασία θα συνίσταται σε αποθήκευση ή επακόλουθη διαγραφή της πληροφορίας αυτής. Ωστόσο, εάν ο διαδικτυακός λιανοπωλητής αποφασίσει αργότερα να επεξεργαστεί αυτό το δεδομένο προσωπικού χαρακτήρα προκειμένου να εμπλουτίσει το προφίλ του υποκειμένου των δεδομένων για σκοπούς στόχευσης, αυτό θα ισοδυναμεί με περαιτέρω επεξεργασία κατά την έννοια του άρθρου 6 παράγραφος 4 του ΓΚΠΔ, καθώς περιλαμβάνει επεξεργασία για σκοπό διαφορετικό από εκείνον για τον οποίο συλλέχθηκαν αρχικά τα δεδομένα.

³⁹ Απόφαση στην υπόθεση C-40/17, Fashion ID, σκέψη 76.

40. Οι χρήστες μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να στοχευθούν βάσει παρεχόμενων, παρατηρούμενων ή συναγόμενων δεδομένων, καθώς και συνδυασμού αυτών:

α) **Στόχευση προσώπων βάσει παρεχόμενων δεδομένων** —«Παρεχόμενα δεδομένα» είναι οι πληροφορίες τις οποίες παρέχει ενεργά το υποκείμενο των δεδομένων στον πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης και/ή στον στοχεύοντα φορέα⁴⁰. Για παράδειγμα:

)] Χρήστης μέσου κοινωνικής δικτύωσης ενδέχεται να αναφέρει την ηλικία του στην περιγραφή του προφίλ χρήστη του. Με τη σειρά του, ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να καταστήσει δυνατή τη στόχευση βάσει του κριτηρίου αυτού.

)] Ο στοχεύων φορέας μπορεί να χρησιμοποιήσει πληροφορίες που παρείχε το υποκείμενο των δεδομένων στον στοχεύοντα φορέα, προκειμένου να στοχεύσει ειδικά το πρόσωπο αυτό, για παράδειγμα, μέσω δεδομένων πελάτη (όπως κατάλογος διευθύνσεων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου), τα οποία αντιστοιχίζονται με δεδομένα τα οποία κατείχε ήδη η πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης, με αποτέλεσμα η διαφήμιση να στοχεύσει όλους τους χρήστες που αντιστοιχίζονται⁴¹.

β) **Στόχευση βάσει παρατηρούμενων δεδομένων** —Η στόχευση χρηστών μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να πραγματοποιηθεί επίσης βάσει παρατηρούμενων δεδομένων⁴². Τα παρατηρούμενα δεδομένα είναι δεδομένα τα οποία παρέχει το υποκείμενο των δεδομένων λόγω της χρήσης υπηρεσίας ή συσκευής⁴³. Για παράδειγμα, ένας συγκεκριμένος χρήστης μέσου κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να στοχευθεί βάσει:

)] της δραστηριότητάς του στην ίδια την πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης (για παράδειγμα, το περιεχόμενο το οποίο ο χρήστης αντάλλαξε, συμβουλευθήκε ή δήλωσε ότι του αρέσει)·

)] της χρήσης συσκευών στις οποίες εκτελείται η εφαρμογή του μέσου κοινωνικής δικτύωσης (για παράδειγμα, συντεταγμένες GPS, αριθμός κινητού τηλεφώνου)·

)] δεδομένων προερχόμενων από τρίτο σχεδιαστή εφαρμογών με τη χρήση των διεπαφών προγραμματισμού εφαρμογών (API) ή εργαλειοθηκών ανάπτυξης λογισμικού (SDK), που προσφέρουν πάροχοι μέσων κοινωνικής δικτύωσης·

)] δεδομένων συλλεχθέντων μέσω δικτυακών τόπων τρίτων που έχουν ενσωματώσει πρόσθετα μέσων κοινωνικής δικτύωσης ή εικονοστοιχεία·

⁴⁰ Ομάδα εργασίας του άρθρου 29 για την προστασία δεδομένων, Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με το δικαίωμα στη φορητότητα των δεδομένων, WP 242 αναθ. 01, 5 Απριλίου 2017, σ. 10.

⁴¹ Βλ., για παράδειγμα, απόφαση του Ανώτερου Διοικητικού Δικαστηρίου της Βαυαρίας (Γερμανία), Beschluss v.26.9.2018 – 5 CS 18.1157, www.gesetze-bayern.de/Content/Document/Y-300-Z-BECKRS-B-2018-N-25018.

⁴² Στη γνώμη 2/2010 σχετικά με τη συμπεριφορική επιγραμμική διαφήμιση, η ομάδα εργασίας του άρθρου 29 επισήμανε ότι «[υ]πάρχουν δύο βασικές προσεγγίσεις όσον αφορά τη δημιουργία προφίλ των χρηστών: i) Τα προφίλ πρόβλεψης δημιουργούνται επαγωγικά από την παρακολούθηση της ατομικής και συλλογικής συμπεριφοράς των χρηστών σε βάθος χρόνου, ιδίως με παρακολούθηση της επισκεψιμότητας των σελίδων και των διαφημίσεων που οι χρήστες έχουν παρακολουθήσει ή κάνει κλικ σε αυτές. ii) Τα συγκεκριμένα προφίλ δημιουργούνται από προσωπικά στοιχεία που οι ίδιοι οι χρήστες έχουν παράσχει σε δικτυακή υπηρεσία, π.χ. μέσω της εγγραφής τους» (Ομάδα εργασίας του άρθρου 29 για την προστασία δεδομένων, Γνώμη 2/2010 σχετικά με τη συμπεριφορική επιγραμμική διαφήμιση, WP 171, σ. 9).

⁴³ Ομάδα εργασίας του άρθρου 29 για την προστασία δεδομένων, Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με το δικαίωμα στη φορητότητα των δεδομένων, WP 242 αναθ. 01, 5 Απριλίου 2017, σ. 10.

A. Ρόλοι

42. Στο παράδειγμα 1, τόσο ο στοχεύων φορέας όσο και ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης συμμετέχουν στον καθορισμό του σκοπού και του τρόπου επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την προβολή της διαφήμισης στο κοινό-στόχο.
43. Όσον αφορά τον καθορισμό του σκοπού, η εταιρεία X και ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης καθορίζουν από κοινού τον σκοπό της επεξεργασίας, ο οποίος είναι η προβολή συγκεκριμένης διαφήμισης σε ένα σύνολο προσώπων (στην προκειμένη περίπτωση, χρηστών μέσων κοινωνικής δικτύωσης) που συνθέτουν το κοινό-στόχο, επιλέγοντας διαθέσιμα κριτήρια στόχευσης που συνδέονται με τους χρήστες αυτούς, προκειμένου να προσεγγίσουν ένα πιθανώς ενδιαφερόμενο κοινό και να του παρέχουν πιο συναφές διαφημιστικό περιεχόμενο. Επιπλέον, υπάρχει αμοιβαίο όφελος το οποίο απορρέει από την ίδια πράξη επεξεργασίας, κάτι το οποίο αποτελεί πρόσθετη ένδειξη ότι οι σκοποί που επιδιώκουν η συγκεκριμένη εταιρεία X και ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης συνδέονται άρρηκτα μεταξύ τους⁴⁵.
44. Όσον αφορά τον καθορισμό του τρόπου, ο στοχεύων φορέας και ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης καθορίζουν από κοινού τον τρόπο, ο οποίος έχει ως αποτέλεσμα τη στόχευση. Ο στοχεύων φορέας συμμετέχει στον καθορισμό του τρόπου επιλέγοντας να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες που προσφέρει ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης⁴⁶ και ζητώντας από αυτόν να στοχεύσει ένα κοινό βάσει ορισμένων κριτηρίων (ήτοι εύρος ηλικίας, προσωπική κατάσταση, χρόνος προβολής)⁴⁷. Κατ' αυτόν τον τρόπο, ο στοχεύων φορέας καθορίζει τα κριτήρια βάσει των οποίων πραγματοποιείται η στόχευση και ορίζει τις κατηγορίες προσώπων των οποίων τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα πρόκειται να χρησιμοποιηθούν. Από την άλλη πλευρά, ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης αποφασίζει να προβεί σε επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα των χρηστών του κατά τρόπο ώστε να καταρτίσει τα κριτήρια στόχευσης, τα οποία θέτει στη διάθεση του στοχευόντος φορέα⁴⁸. Προς τούτο, ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης έλαβε ορισμένες αποφάσεις σχετικά με τον βασικό τρόπο επεξεργασίας, όπως τις κατηγορίες δεδομένων που θα υποβληθούν σε επεξεργασία, τα κριτήρια στόχευσης που θα προσφερθούν και τα πρόσωπα που θα έχουν πρόσβαση

⁴⁵ Βλ. ΕΣΠΔ, Κατευθυντήριες γραμμές 7/2020 σχετικά με τις έννοιες του υπευθύνου επεξεργασίας και του εκτελούντος την επεξεργασία στον ΓΚΠΔ («Επιπλέον, όταν οι οντότητες δεν έχουν τον ίδιο σκοπό για την επεξεργασία, ενδέχεται να αποδεικνύεται επίσης από κοινού ευθύνη επεξεργασίας, υπό το πρίσμα της νομολογίας του ΔΕΕ, όταν οι εμπλεκόμενες οντότητες επιδιώκουν σκοπούς οι οποίοι συνδέονται στενά μεταξύ τους ή είναι συμπληρωματικοί. Αυτό μπορεί να συμβεί, για παράδειγμα, όταν υπάρχει αμοιβαίο όφελος το οποίο απορρέει από την ίδια πράξη επεξεργασίας, υπό τον όρο ότι καθεμία από τις εμπλεκόμενες οντότητες συμμετέχει στον καθορισμό των σκοπών και του τρόπου της σχετικής πράξης επεξεργασίας»).

⁴⁶ Βλ. ΕΣΠΔ, Κατευθυντήριες γραμμές 7/2020 σχετικά με τις έννοιες του υπευθύνου επεξεργασίας και του εκτελούντος την επεξεργασία στον ΓΚΠΔ, («Επιπλέον, η επιλογή οντότητας να χρησιμοποιήσει για δικούς της σκοπούς εργαλείο ή άλλο σύστημα που σχεδίασε άλλη οντότητα, το οποίο παρέχει τη δυνατότητα επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, είναι πιθανό να ισοδυναμεί με κοινή απόφαση σχετικά με τον τρόπο επεξεργασίας από τις οντότητες αυτές. Αυτό προκύπτει από την υπόθεση *Fashion ID* στην οποία το ΔΕΕ αποφάνθηκε ότι η *Fashion ID*, ενσωματώνοντας στην ιστοσελίδα της την επιλογή «Μου αρέσει!» του Facebook, την οποία θέτει στη διάθεση των διαχειριστών ιστοσελίδων η Facebook, άσκησε καθοριστική επιρροή σε σχέση με πράξεις που αφορούν τη συλλογή και τη διαβίβαση των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα των επισκεπτών της ιστοσελίδας της προς τη Facebook και είχε, επομένως, καθορίσει από κοινού με τη Facebook τον τρόπο της επεξεργασίας αυτής»).

⁴⁷ Βλ., συναφώς, C-210/16, *Wirtschaftsakademie*, ECLI:EU:C:2018:388, σκέψη 39.

⁴⁸ Βλ. επίσης, στο ίδιο πνεύμα, C-40/17, *Fashion ID*, σκέψη 80: «η δε επεξεργασία των ως άνω δεδομένων γίνεται προς το οικονομικό συμφέρον τόσο της *Fashion ID* όσο και της *Facebook Ireland*, για την οποία η δυνατότητα χρήσης των δεδομένων για τους δικούς της επιχειρηματικούς σκοπούς αποτελεί την αντιπαροχή για το πλεονέκτημα που παρέχεται στη *Fashion ID*».

σε δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα (και σε ποια είδη δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα) τα οποία υποβάλλονται σε επεξεργασία στο πλαίσιο συγκεκριμένης εκστρατείας στόχευσης⁴⁹.

45. Για λόγους πληρότητας, το ΕΣΠΔ επισημαίνει ότι ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν πληροί τις προϋποθέσεις ώστε να χαρακτηριστεί εκτελών την επεξεργασία, κατά τον ορισμό του άρθρου 4 σημείο 8 του ΓΚΠΔ.⁵⁰ Στο παράδειγμα 1, τα κριτήρια στόχευσης, τα οποία καταρτίστηκαν από τον πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης βάσει των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα χρηστών, μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τον πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης για μελλοντικές πράξεις επεξεργασίας, και τούτο αποδεικνύει ότι αυτός δεν μπορεί να χαρακτηριστεί εκτελών την επεξεργασία. Επιπλέον, ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν φαίνεται να επεξεργάζεται αποκλειστικά και μόνον τα δεδομένα για λογαριασμό της εταιρείας Χ και σύμφωνα με τις οδηγίες της.
46. Ο έλεγχος που ασκούν από κοινού ο στοχεύων φορέας και ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης εκτείνεται μόνον στις πράξεις επεξεργασίας ως προς τις οποίες καθορίζουν όντως από κοινού τους σκοπούς και τον τρόπο της επεξεργασίας. Ο από κοινού έλεγχος εκτείνεται στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που προκύπτουν από την επιλογή των σχετικών κριτηρίων στόχευσης και την προβολή της διαφήμισης στο κοινό-στόχο. Καλύπτει επίσης την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που πραγματοποιεί ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης για να αναφέρει στον στοχεύοντα φορέα τα αποτελέσματα της εκστρατείας στόχευσης. Ωστόσο, ο από κοινού έλεγχος δεν εκτείνεται σε πράξεις που περιλαμβάνουν την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σε άλλα στάδια, πριν από την επιλογή των σχετικών κριτηρίων στόχευσης ή μετά την ολοκλήρωση της στόχευσης και της υποβολής στοιχείων (π.χ. κατάρτιση νέων κριτηρίων στόχευσης από τον πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης βάσει εκστρατειών στόχευσης που ολοκληρώθηκαν), και στα οποία ο στοχεύων φορέας δεν συμμετείχε για τον καθορισμό των σκοπών και του τρόπου επεξεργασίας,· ομοίως, ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν συμμετέχει, καταρχήν, στο στάδιο του σχεδιασμού εκστρατείας στόχευσης πριν από το χρονικό σημείο κατά το οποίο ο στοχεύων φορέας επικοινωνεί με τον πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης⁵¹.
47. Η προεκτεθείσα ανάλυση δεν μεταβάλλεται ακόμη και αν ο στοχεύων φορέας προσδιορίζει μόνον τις συγκεκριμένες ρυθμίσεις του σκοπούμενου κοινού και δεν έχει πρόσβαση στα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα των επηρεαζόμενων χρηστών. Πράγματι, η από κοινού ευθύνη περισσότερων φορέων για μία και την αυτή επεξεργασία δεν απαιτεί να έχει καθένας από αυτούς πρόσβαση στα σχετικά δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα⁵². Το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι η πραγματική πρόσβαση στα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα δεν είναι προαπαιτούμενο της από κοινού ευθύνης⁵³.

B. Νομική βάση

48. Ως από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας, αμφότερα τα μέρη (ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ο στοχεύων φορέας) πρέπει να είναι σε θέση να αποδείξουν την ύπαρξη νομικής βάσης (άρθρο 6 του ΓΚΠΔ), ώστε να δικαιολογήσουν την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για την οποία είναι υπεύθυνος καθένας από τους από κοινού υπευθύνους επεξεργασίας. Το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι δεν υφίσταται συγκεκριμένη ιεράρχηση των διαφορετικών νομικών βάσεων του

⁴⁹ Βλ. γνώμη 1/2010.

⁵⁰ Βλ. ΕΣΠΔ, Κατευθυντήριες γραμμές 7/2020 σχετικά με τις έννοιες του υπευθύνου επεξεργασίας και του εκτελούντος την επεξεργασία στον ΓΚΠΔ.

⁵¹ Βλ. επίσης απόφαση στην υπόθεση C-40/17, Fashion ID, σκέψη 74 («το [...] φυσικό ή νομικό πρόσωπο δεν μπορεί να θεωρηθεί ως υπεύθυνο, κατά την έννοια της διάταξης αυτής, για προγενέστερες ή μεταγενέστερες πράξεις στην αλληλουχία της επεξεργασίας για τις οποίες δεν καθορίζει ούτε τους σκοπούς ούτε τον τρόπο της επεξεργασίας») και σκέψη 101.

⁵² Απόφαση στην υπόθεση C-210/16, Wirtschaftsakademie, ECLI:EU:C:2018:388, σκέψη 38· απόφαση στην υπόθεση C-25/17, Jehovan todistajat, ECLI:EU:C:2018:551, σκέψη 69.

⁵³ ΔΕΕ, απόφαση της 10ης Ιουλίου 2018 (C-25/17, σκέψεις 68-72).

ΓΚΠΔ: ο υπεύθυνος επεξεργασίας πρέπει να διασφαλίσει ότι η επιλεγείσα νομική βάση αντιστοιχεί στον σκοπό και στο πλαίσιο της σχετικής πράξης επεξεργασίας. Ο προσδιορισμός της κατάλληλης νομικής βάσης είναι συνυφασμένος με τις αρχές της αντικειμενικότητας και του περιορισμού του σκοπού⁵⁴.

49. Γενικά, υπάρχουν δύο νομικές βάσεις οι οποίες θα μπορούσαν να δικαιολογήσουν την επεξεργασία που υποστηρίζει τη στόχευση χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης: συγκατάθεση του υποκειμένου των δεδομένων [άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο α) του ΓΚΠΔ] ή έννομο συμφέρον [άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο στ) του ΓΚΠΔ]. Ο υπεύθυνος επεξεργασίας πρέπει να αναζητεί πάντοτε την κατάλληλη νομική βάση υπό τις συγκεκριμένες περιστάσεις. Σε σχέση με τους παρόχους μέσω κοινωνικής δικτύωσης, το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο β) του ΓΚΠΔ δεν μπορεί να αποτελέσει τη νομική βάση για τη διαδικτυακή διαφήμιση απλώς και μόνον επειδή η διαφήμιση αυτή χρηματοδοτεί έμμεσα την παροχή της υπηρεσίας τους.⁵⁵ Το ίδιο ισχύει για τον στοχεύοντα φορέα, καθώς η στόχευση χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης δεν μπορεί να θεωρηθεί εγγενές στοιχείο οποιωνδήποτε υπηρεσιών ή απαραίτητη για την εκτέλεση σύμβασης με τον χρήστη⁵⁶. Παρότι η εξατομίκευση του περιεχομένου μπορεί, υπό ορισμένες περιστάσεις, να συνιστά εγγενές και προσδοκώμενο στοιχείο ορισμένων επιγραμμικών υπηρεσιών⁵⁷, το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο β) του ΓΚΠΔ δεν μπορεί να εφαρμοστεί στο πλαίσιο της στόχευσης χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης, όπως καταδεικνύεται στα παραδείγματα των παρουσιών κατευθυντήριων γραμμών⁵⁸.
50. Όσον αφορά τη νομική βάση του έννομου συμφέροντος, το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι, στην απόφαση Fashion ID, το ΔΕΕ επανέλαβε ότι, προκειμένου η επεξεργασία να βασίζεται σε έννομο συμφέρον, θα πρέπει να συντρέχουν σωρευτικώς τρεις προϋποθέσεις, και συγκεκριμένα⁵⁹ i) η επιδίωξη εννόμου συμφέροντος εκ μέρους του υπευθύνου της επεξεργασίας ή του τρίτου ή των τρίτων στους οποίους ανακοινώνονται τα δεδομένα, ii) η αναγκαιότητα της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για την επίτευξη του επιδιωκόμενου εννόμου συμφέροντος, και iii) η προϋπόθεση ότι δεν προέχουν τα θεμελιώδη δικαιώματα και οι ελευθερίες του προσώπου το οποίο αφορά η προστασία των δεδομένων. Το ΔΕΕ διευκρίνισε επίσης ότι, σε κατάσταση από κοινού ευθύνης επεξεργασίας, «είναι αναγκαίο [καθένας από αυτούς τους υπευθύνους επεξεργασίας] να επιδιώκουν με τις εν λόγω

⁵⁴ Βλ. σημείο 18, Κατευθυντήριες γραμμές 2/2019 για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο β) του ΓΚΠΔ στο πλαίσιο της παροχής επιγραμμικών υπηρεσιών σε υποκείμενα δεδομένων, Έκδοση 2.0, 8 Οκτωβρίου 2019, διατίθεται στη διεύθυνση https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_guidelines-art_6-1-b-adopted_after_public_consultation_el.pdf.

⁵⁵ Βλ. σημεία 52, 53, Κατευθυντήριες γραμμές 2/2019 για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο β) του ΓΚΠΔ στο πλαίσιο της παροχής επιγραμμικών υπηρεσιών σε υποκείμενα δεδομένων, Έκδοση 2.0, 8 Οκτωβρίου 2019, διατίθεται στη διεύθυνση https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_guidelines-art_6-1-b-adopted_after_public_consultation_el.pdf

⁵⁶ Θα απουσίαζε η αναγκαιότητα, εάν ο στοχεύων φορέας στρεφόταν σε παρόχους μέσω κοινωνικής δικτύωσης παρά την άμεση συμβατική σχέση με τον πελάτη του και, επομένως, τη δυνατότητα άμεσης διαφήμισης.

⁵⁷ Βλ. σ. 15, Κατευθυντήριες γραμμές 2/2019 για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο β) του ΓΚΠΔ στο πλαίσιο της παροχής επιγραμμικών υπηρεσιών σε υποκείμενα δεδομένων, Έκδοση 2.0, 8 Οκτωβρίου 2019, διατίθεται στη διεύθυνση https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_guidelines-art_6-1-b-adopted_after_public_consultation_el.pdf

⁵⁸ Κατευθυντήριες γραμμές 2/2019 για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο β) του ΓΚΠΔ στο πλαίσιο της παροχής επιγραμμικών υπηρεσιών σε υποκείμενα δεδομένων, σημείο 57.

⁵⁹ ΔΕΕ, απόφαση της 29ης Ιουλίου 2019 στην υπόθεση C-40/17, Fashion ID, ECLI:EU:C:2019:629, σκέψη 95.

πράξεις έννομο συμφέρον [...] προκειμένου οι πράξεις αυτές να είναι δικαιολογημένες ως προς καθέναν από αυτούς»⁶⁰.

51. Σε σχέση με το παράδειγμα 1, ο στοχεύων φορέας θα μπορούσε να θεωρήσει ότι το έννομο συμφέρον του είναι το οικονομικό συμφέρον της αυξημένης δημοσιότητας για τα προϊόντα του μέσω της στόχευσης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης θα μπορούσε να θεωρήσει ότι το έννομο συμφέρον του συνίσταται στην επίτευξη της αποδοτικότητας της υπηρεσίας μέσου κοινωνικής δικτύωσης μέσω της πώλησης χώρου διαφήμισης. Το αν ο στοχεύων φορέας και ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να επικαλεστούν το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο στ) του ΓΚΠΔ ως νομική βάση εξαρτάται από το αν πληρούνται οι τρεις σωρευτικές προϋποθέσεις, όπως επανέλαβε πρόσφατα το ΔΕΕ. Ακόμη και αν ο στοχεύων φορέας και ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης θεωρούν ότι τα οικονομικά συμφέροντά τους είναι έννομα συμφέροντα, αυτό δεν σημαίνει κατ' ανάγκη ότι θα μπορέσουν όντως να επικαλεστούν το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο στ) του ΓΚΠΔ.
52. Το δεύτερο σκέλος του κριτηρίου στάθμισης συνεπάγεται ότι οι από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να αποδείξουν ότι η επεξεργασία είναι απαραίτητη για την επίτευξη αυτών των εννόμων συμφερόντων. Η έννοια του «απαραίτητου» απαιτεί σύνδεση μεταξύ της επεξεργασίας και των επιδιωκόμενων συμφερόντων. Η απαίτηση του «απαραίτητου» έχει ιδιαίτερη σημασία στο πλαίσιο της εφαρμογής του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο στ) του ΓΚΠΔ, προκειμένου να διασφαλίζεται ότι η επεξεργασία δεδομένων με βάση το έννομο συμφέρον δεν θα οδηγήσει σε υπερβολικά ευρεία ερμηνεία της ανάγκης για την επεξεργασία των δεδομένων. Όπως και σε άλλες περιπτώσεις, αυτό σημαίνει ότι πρέπει να εξετάζεται το κατά πόσον άλλα λιγότερο επεμβατικά μέσα εξυπηρετούν τον ίδιο σκοπό⁶¹.
53. Το τρίτο σκέλος για την αξιολόγηση του αν ο στοχεύων φορέας και ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να επικαλεστούν το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο στ) του ΓΚΠΔ ως νομική βάση για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα είναι η στάθμιση η οποία είναι αναγκαία για να καθοριστεί αν τα συμφέροντα ή τα θεμελιώδη δικαιώματα και οι ελευθερίες του υποκειμένου των δεδομένων υπερिशύουν του επίμαχου έννομου συμφέροντος⁶².
54. Το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι, σε περιπτώσεις στις οποίες ο υπεύθυνος επεξεργασίας προτίθεται να επικαλεστεί έννομο συμφέρον, πρέπει να αποδοθεί ιδιαίτερη προσοχή στις υποχρεώσεις διαφάνειας και στο δικαίωμα εναντίωσης. Τα υποκείμενα των δεδομένων θα πρέπει να έχουν την ευκαιρία να εναντιωθούν στην επεξεργασία των δεδομένων τους για στοχευμένους σκοπούς πριν από την έναρξη της επεξεργασίας. Οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης θα πρέπει όχι μόνον να έχουν τη

⁶⁰ Ο.π., σκέψη 97.

⁶¹ Ομάδα εργασίας του άρθρου 29 για την προστασία δεδομένων, Γνώμη 6/2014 σχετικά με την έννοια των εννόμων συμφερόντων του υπευθύνου επεξεργασίας, σύμφωνα με το άρθρο 7 της οδηγίας 95/46/ΕΚ, WP217, 9 Απριλίου 2014, σ. 37.

⁶² Κατά την εκτίμηση του αντικτύπου των συμφερόντων, των θεμελιωδών δικαιωμάτων και των ελευθεριών του ενδιαφερόμενου προσώπου, οι ακόλουθοι παράγοντες έχουν ιδιαίτερη σημασία στο πλαίσιο της στόχευσης χρηστών μέσων κοινωνικής δικτύωσης: i) οι σκοποί της στόχευσης, ii) ο βαθμός λεπτομέρειας των χρησιμοποιούμενων κριτηρίων στόχευσης (π.χ. μια ευρέως περιγραφόμενη κοόρτη, όπως «άτομα που ενδιαφέρονται για την αγγλική λογοτεχνία» ή πιο λεπτομερή κριτήρια τα οποία παρέχουν δυνατότητα κατάτμησης και στόχευσης με μεγαλύτερο βαθμό λεπτομέρειας), iii) το είδος (και ο συνδυασμός) των χρησιμοποιούμενων κριτηρίων στόχευσης (ήτοι αν η στόχευση επικεντρώνεται μόνον σε μια μικρή πτυχή του υποκειμένου των δεδομένων ή έχει γενικότερο χαρακτήρα) και iv) ο χαρακτήρας (ευαισθησία), ο όγκος και η πηγή των δεδομένων που χρησιμοποιούνται για την κατάρτιση των κριτηρίων στόχευσης. Βλ. Ομάδα εργασίας του άρθρου 29 για την προστασία δεδομένων, Γνώμη 6/2014 σχετικά με την έννοια των εννόμων συμφερόντων του υπευθύνου επεξεργασίας, σύμφωνα με το άρθρο 7 της οδηγίας 95/46/ΕΚ, WP 217, 9 Απριλίου 2014 https://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2014/wp217_el.pdf.

δυνατότητα να εναντιωθούν στην προβολή στοχευμένων διαφημίσεων όταν αποκτούν πρόσβαση στην πλατφόρμα, αλλά και να διαθέτουν τις διατάξεις ελέγχου που διασφαλίζουν ότι η υποκείμενη επεξεργασία των προσωπικών τους δεδομένων για τον σκοπό της στόχευσης δεν συνεχίζεται μετά την εναντίωσή τους σε αυτήν.

55. Ο στοχεύων φορέας που επιδιώκει να επικαλεστεί έννομο συμφέρον θα πρέπει, από την πλευρά του, να διευκολύνει τα φυσικά πρόσωπα να δηλώσουν εκ των προτέρων την εναντίωσή τους στη χρήση του μέσου κοινωνικής δικτύωσης για σκοπούς στόχευσης. Ωστόσο, στον βαθμό που ο στοχεύων φορέας δεν αλληλεπιδρά άμεσα με το υποκείμενο των δεδομένων, ο στοχεύων φορέας θα πρέπει να διασφαλίζει τουλάχιστον ότι η πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης παρέχει στο υποκείμενο των δεδομένων τα μέσα για να ασκήσει αποτελεσματικά το δικαίωμα εκ των προτέρων εναντίωσης. Ως από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας, ο στοχεύων φορέας και ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης θα πρέπει να διευκρινίσουν τον τρόπο με τον οποίο θα ενταχθεί στο πλαίσιο της κοινής συμφωνίας το δικαίωμα εναντίωσης (καθώς και άλλα δικαιώματα) των φυσικών προσώπων (βλ. ενότητα 6). Εάν από τη στάθμιση προκύπτει ότι τα συμφέροντα ή τα θεμελιώδη δικαιώματα και οι ελευθερίες του υποκειμένου των δεδομένων υπερिशύουν του εννόμου συμφέροντος του παρόχου μέσων κοινωνικής δικτύωσης και του στοχεύοντος φορέα, η χρήση του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο στ) δεν είναι δυνατή.
56. Όσον αφορά τη νομική βάση της συγκατάθεσης, ο υπεύθυνος επεξεργασίας πρέπει να έχει υπόψη ότι υπάρχουν αναμφίβολα καταστάσεις στις οποίες η επεξεργασία δεν θα είναι σύμφωνη χωρίς την έγκυρη συγκατάθεση των ενδιαφερόμενων φυσικών προσώπων [άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο α) του ΓΚΠΔ]. Για παράδειγμα, η ομάδα εργασίας του άρθρου 29 έχει εκτιμήσει στο παρελθόν ότι θα είναι δύσκολο για τους υπευθύνους επεξεργασίας να αιτιολογήσουν τη χρήση έννομων συμφερόντων ως νομικής βάσης για να χρησιμοποιήσουν αδιάκριτες πρακτικές κατάρτισης προφίλ και παρακολούθησης για σκοπούς εμπορικής προώθησης ή διαφήμισης, για παράδειγμα πρακτικές που περιλαμβάνουν την παρακολούθηση φυσικών προσώπων σε διάφορους δικτυακούς τόπους, τοποθεσίες, συσκευές, υπηρεσίες ή τη μεσιτεία δεδομένων⁶³.
57. Η συγκατάθεση που λαμβάνεται για την επεξεργασία, προκειμένου να είναι έγκυρη, πρέπει να πληροί τις προϋποθέσεις του άρθρου 4 σημείο 11 και του άρθρου 7 του ΓΚΠΔ. Γενικά, η συγκατάθεση μπορεί να αποτελέσει κατάλληλη νομική βάση, μόνον εάν στο υποκείμενο των δεδομένων παρέχονται δυνατότητα ελέγχου και πραγματική επιλογή. Εάν συνδυάζεται με μη διαπραγματεύσιμο μέρος όρων και προϋποθέσεων, η συγκατάθεση θεωρείται ότι δεν έχει παρασχεθεί ελεύθερα. Η συγκατάθεση πρέπει επίσης να είναι συγκεκριμένη, εν πλήρει επιγνώσει και αδιαμφισβήτητη, το δε υποκείμενο των δεδομένων πρέπει να είναι σε θέση να αρνηθεί ή να αποσύρει τη συγκατάθεσή του χωρίς να ζημιωθεί⁶⁴.
58. Η συγκατάθεση [άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο α) του ΓΚΠΔ] θα μπορούσε να εξεταστεί, υπό τον όρο ότι πληρούνται όλες οι προϋποθέσεις έγκυρης συγκατάθεσης. Το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι η εξασφάλιση συγκατάθεσης δεν αναιρεί ούτε μειώνει με οποιονδήποτε τρόπο τις υποχρεώσεις του υπευθύνου επεξεργασίας να τηρεί τις αρχές που διέπουν την επεξεργασία οι οποίες κατοχυρώνονται

⁶³ Ομάδα εργασίας του άρθρου 29, Κατευθυντήριες γραμμές για την αυτοματοποιημένη λήψη αποφάσεων και την κατάρτιση προφίλ για τους σκοπούς του κανονισμού 2016/679, WP 251, αναθ. 01, σ. 17, βλ. επίσης Ομάδα εργασίας του άρθρου 29, Γνώμη σχετικά με την έννοια των εννόμων συμφερόντων, σ. 89-90: «Συνολικά, υπάρχει ανισορροπία μεταξύ του έννομου συμφέροντος της εταιρείας και της προστασίας των θεμελιωδών δικαιωμάτων των χρηστών και, επομένως, δεν θα πρέπει να γίνει επίκληση του άρθρου 7 στοιχείο στ) ως νομικού λόγου για την επεξεργασία. Προσφορότερο έδαφος θα παρείχε το άρθρο 7 στοιχείο α), υπό τον όρο ότι πληρούνται οι προϋποθέσεις έγκυρης συγκατάθεσης».

⁶⁴ Βλ. Ομάδα εργασίας του άρθρου 29, Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τη συγκατάθεση βάσει του κανονισμού 2016/679, WP 259, αναθ. 01.

στον ΓΚΠΔ, ιδίως στο άρθρο 5 αυτού όσον αφορά την αντικειμενικότητα, την αναγκαιότητα και την αναλογικότητα, καθώς και την ποιότητα των δεδομένων. Ακόμη και αν η επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα βασίζεται σε συγκατάθεση του υποκειμένου των δεδομένων, αυτό δεν νομιμοποιεί τη στόχευση η οποία έχει δυσανάλογο ή αθέμιτο χαρακτήρα⁶⁵.

59. Τέλος, κατά την άποψη του ΕΣΠΔ, ούτε η πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης ούτε ο στοχεύων φορέας μπορεί να δικαιολογήσει την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που περιγράφηκε στο παράδειγμα 1 βάσει του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο β) του ΓΚΠΔ⁶⁶.

5.2.2 Δεδομένα τα οποία παρέχει ο χρήστης της πλατφόρμας του μέσου κοινωνικής δικτύωσης στον στοχεύοντα φορέα

60. Η στόχευση μπορεί να περιλαμβάνει επίσης δεδομένα τα οποία παρέχει το υποκείμενο των δεδομένων στον στοχεύοντα φορέα, ο οποίος χρησιμοποιεί εν συνεχεία τα συλλεχθέντα δεδομένα για τη στόχευση του υποκειμένου των δεδομένων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Για παράδειγμα, στόχευση βάσει καταλόγου πραγματοποιείται όταν ο στοχεύων φορέας αναφορτώνει προϋπάρχοντες καταλόγους δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα (όπως διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή αριθμούς τηλεφώνου) προκειμένου ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης να τους αντιστοιχίσει με τις διαθέσιμες πληροφορίες στην πλατφόρμα. Στην περίπτωση αυτή, ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης συγκρίνει τα δεδομένα που αναφόρτωσε ο στοχεύων φορέας με τα δεδομένα χρηστών τα οποία ήδη διαθέτει, και οι χρήστες που πληρούν τα κριτήρια προστίθενται στο κοινό-στόχο ή εξαιρούνται από αυτό (πρόκειται για την ομάδα προσώπων στα οποία θα προβληθεί η διαφήμιση στην πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης). Ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί επίσης να επιτρέψει στον στοχεύοντα φορέα να «ελέγξει» τον κατάλογο πριν από την οριστικοποίησή του και τούτο σημαίνει ότι κάποια επεξεργασία πραγματοποιείται πριν ακόμη δημιουργηθεί το κοινό-στόχος.

Παράδειγμα2:

Η κ. Jones επικοινωνεί με την Τράπεζα Χ για να κανονίσει ραντεβού σχετικά με την ενδεχόμενη χορήγηση ενυπόθηκου δανείου, καθώς αγοράζει σπίτι. Επικοινωνεί με την τράπεζα μέσω μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για να κανονίσει το ραντεβού. Μετά το ραντεβού, η κ. Jones αποφασίζει να μην γίνει πελάτισσα της τράπεζας. Παρ' όλα αυτά, η τράπεζα πρόσθεσε τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της κ. Jones στη βάση δεδομένων διευθύνσεων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου των πελατών της. Εν συνεχεία, η τράπεζα χρησιμοποιεί τη βάση δεδομένων διευθύνσεων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, επιτρέποντας στον πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης να «αντιστοιχίσει» τον κατάλογο διευθύνσεων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που κατέχει με εκείνον που κατέχει η πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης, με σκοπό τη στόχευση, στην πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης, των σχετικών φυσικών προσώπων για το πλήρες εύρος των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών.

Παράδειγμα3:

Ο κ. Lopez είναι πελάτης της Τράπεζας Χ εδώ και ένα σχεδόν έτος. Όταν έγινε πελάτης, δήλωσε στην τράπεζα διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και, κατά τη συλλογή της πληροφορίας αυτής, η

⁶⁵ Ομάδα εργασίας του άρθρου 29, Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τη συγκατάθεση βάσει του κανονισμού 2016/679, WP 259, αναθ. 01, σ. 4.

⁶⁶ Βλ. κατευθυντήριες γραμμές 2/2019 για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο β) του ΓΚΠΔ στο πλαίσιο της παροχής επιγραμμικών υπηρεσιών σε υποκείμενα δεδομένων, Έκδοση 2.0, 8 Οκτωβρίου 2019, διατίθεται στη διεύθυνση https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_guidelines-art_6-1-b-adopted_after_public_consultation_el.pdf

Τράπεζα Χ τον ενημέρωσε ότι: α) η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου επρόκειτο να χρησιμοποιηθεί για τη διαφήμιση προσφορών που συνδέονται με τις υπηρεσίες της τράπεζας που ήδη χρησιμοποιεί· και β) μπορεί να εναντιωθεί στην επεξεργασία αυτή ανά πάσα στιγμή. Η τράπεζα πρόσθεσε τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του κ. Lopez στη βάση δεδομένων διευθύνσεων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου των πελατών της. Εν συνεχεία, η τράπεζα χρησιμοποιεί τη βάση δεδομένων διευθύνσεων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για να στοχεύει τους πελάτες της στην πλατφόρμα μέσου κοινωνικής δικτύωσης για το πλήρες εύρος των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών που προσφέρει⁶⁷.

A. Ρόλοι

61. Στα παραδείγματα αυτά, ο στοχεύων φορέας, ήτοι η τράπεζα, ενεργεί ως υπεύθυνος επεξεργασίας, καθώς καθορίζει τους σκοπούς και τον τρόπο της επεξεργασίας μέσω ενεργού συλλογής, επεξεργασίας και διαβίβασης των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα των σχετικών προσώπων στον πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης για σκοπούς διαφήμισης. Με τη σειρά του, ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης ενεργεί ως υπεύθυνος επεξεργασίας, καθώς αποφάσισε να χρησιμοποιήσει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα τα οποία απέκτησε από τον χρήστη μέσω κοινωνικής δικτύωσης (ήτοι τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που ο χρήστης δήλωσε κατά το άνοιγμα του λογαριασμού του), προκειμένου να παράσχει στον στοχεύοντα φορέα τη δυνατότητα να προβάλλει διαφημίσεις σε κοινό απαρτιζόμενο από συγκεκριμένα πρόσωπα.
62. Υφίσταται από κοινού ευθύνη επεξεργασίας σε σχέση με τις πράξεις επεξεργασίας για τις οποίες ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ο στοχεύων φορέας καθορίζουν από κοινού τους σκοπούς και τον τρόπο της επεξεργασίας, στην προκειμένη περίπτωση, μέσω της αναφόρτωσης μοναδικών αναγνωριστικών στοιχείων που σχετίζονται με το στοχεύόμενο κοινό, αντιστοίχιση, επιλογή κριτηρίων στόχευσης και επακόλουθη προβολή της διαφήμισης, καθώς και κάθε αναφορά στοιχείων σχετικών με την εκστρατεία στόχευσης⁶⁸.
63. Σε αμφότερα τα παραδείγματα η τράπεζα ενεργεί ως μόνος υπεύθυνος επεξεργασίας όσον αφορά την αρχική συλλογή των διευθύνσεων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της κ. Jones και του κ. Lopez, αντιστοίχως. Ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν συμμετέχει με οποιονδήποτε τρόπο στον καθορισμό του σκοπού και του τρόπου της συλλογής αυτής. Η από κοινού ευθύνη επεξεργασίας ξεκινά με τη διαβίβαση των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και την ταυτόχρονη συλλογή τους από τον πάροχο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Συνεχίζεται καθ' όλη την προβολή των

⁶⁷ Σε περιπτώσεις στις οποίες διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου χρησιμοποιούνται για την άμεση εμπορική προώθηση σε χρήστες, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας πρέπει να λαμβάνουν επίσης υπόψη τις διατάξεις του άρθρου 13 της οδηγίας για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες.

⁶⁸ Ο καθορισμός των σκοπών και του τρόπου επεξεργασίας από τον στοχεύοντα φορέα και τον πάροχο μέσου κοινωνικής δικτύωσης είναι παρεμφερής (αν και όχι πανομοιότυπος) με εκείνον στο παράδειγμα 1. Μέσω της αναφόρτωσης του καταλόγου διευθύνσεων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και του καθορισμού των πρόσθετων κριτηρίων στόχευσης, ο στοχεύων φορέας καθορίζει τα κριτήρια βάσει των οποίων πραγματοποιείται η στόχευση και ορίζει τις κατηγορίες προσώπων των οποίων τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα πρόκειται να χρησιμοποιηθούν. Ομοίως, ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης καθορίζει τα πρόσωπα των οποίων τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα θα υποβληθούν σε επεξεργασία, καθορίζοντας τις κατηγορίες δεδομένων που θα υποβληθούν σε επεξεργασία, τα κριτήρια στόχευσης που θα προσφερθούν και τα πρόσωπα που θα έχουν πρόσβαση σε δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα (και σε ποια είδη δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα) τα οποία υποβάλλονται σε επεξεργασία στο πλαίσιο συγκεκριμένης εκστρατείας στόχευσης. Ο κοινός υποκείμενος σκοπός σε αυτές τις πράξεις επεξεργασίας είναι παρεμφερής με τον σκοπό που προσδιορίστηκε στο παράρτημα 1, και συγκεκριμένα η προβολή συγκεκριμένης διαφήμισης σε ομάδα φυσικών προσώπων (στην περίπτωση αυτή: χρηστών μέσων κοινωνικής δικτύωσης) που απαρτίζουν το κοινό-στόχο.

στοχευμένων διαφημίσεων και τελειώνει (στις περισσότερες περιπτώσεις) όταν ολοκληρωθεί το επακόλουθο στάδιο αναφοράς στοιχείων. Σε μερικές περιπτώσεις, η από κοινού ευθύνη επεξεργασίας μπορεί να επεκταθεί περαιτέρω, ακόμη και έως το στάδιο της διαγραφής των δεδομένων, εάν ο στοχεύων φορέας εξακολουθεί να συμμετέχει στον καθορισμό των σκοπών και του τρόπου επεξεργασίας.

64. Ο λόγος για τον οποίο η τράπεζα ενεργεί ως μόνος υπεύθυνος επεξεργασίας όταν συλλέγει τις διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου από την κ. Jones και τον κ. Lopez, αντιστοίχως, είναι ότι η συλλογή δεδομένων πραγματοποιείται πριν από την εκστρατεία στόχευσης (και δεν συνδέεται άρρηκτα με αυτήν). Ως εκ τούτου, στην περίπτωση αυτή πρέπει να γίνει διάκριση μεταξύ, αφενός, του αρχικού συνόλου πράξεων επεξεργασίας στις οποίες υπεύθυνος επεξεργασίας είναι μόνον η τράπεζα και, αφετέρου, της μεταγενέστερης επεξεργασίας, σε σχέση με την οποία υφίσταται από κοινού ευθύνη επεξεργασίας. Η ευθύνη της τράπεζας δεν εκτείνεται σε πράξεις που πραγματοποιούνται μετά την ολοκλήρωση της στόχευσης και της αναφοράς στοιχείων και σε πράξεις στις οποίες ο στοχεύων φορέας δεν συμμετείχε στον καθορισμό των σκοπών και του τρόπου επεξεργασίας, σε σχέση με τις οποίες ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης ενεργεί ως μόνος υπεύθυνος επεξεργασίας.

B. Νομική βάση

65. Στο Παράδειγμα 2, το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο στ) του ΓΚΠΔ δεν παρέχει κατάλληλη νομική βάση για την αιτιολόγηση της επεξεργασίας στην περίπτωση αυτή, λαμβανομένου υπόψη του πλαισίου εντός του οποίου παρασχέθηκε το δεδομένο προσωπικού χαρακτήρα. Πράγματι, η κ. Jones επικοινωνήσε με την τράπεζα μόνο για κανονίσει ραντεβού, κατόπιν του οποίου γνωστοποίησε την πρόθεσή της να μη χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες που προσφέρει η τράπεζα. Επομένως, μπορεί να θεωρηθεί ότι η κ. Jones δεν έχει καμία εύλογη προσδοκία ότι τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που την αφορούν θα χρησιμοποιηθούν για σκοπούς στόχευσης («αναστόχευση»). Επιπλέον, ο έλεγχος συμβατότητας βάσει του άρθρου 6 παράγραφος 4 του ΓΚΠΔ θα υποδείκνυε πιθανώς ότι η επεξεργασία αυτή δεν είναι συμβατή με τον σκοπό για τον οποίο συλλέχθηκαν αρχικά τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα.
66. Στο παράδειγμα 3, ο στοχεύων φορέας ενδέχεται να είναι σε θέση να επικαλεστεί έννομο συμφέρον το οποίο δικαιολογεί την επεξεργασία, δεδομένου, μεταξύ άλλων, ότι: α) ο κ. Lopez ενημερώθηκε για το γεγονός ότι η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του μπορεί να χρησιμοποιηθεί για σκοπούς διαφήμισης μέσω μέσου κοινωνικής δικτύωσης για υπηρεσίες που συνδέονται με αυτήν που χρησιμοποιεί το υποκείμενο των δεδομένων, β) η διαφήμιση αφορά υπηρεσίες παρεμφερείς με εκείνες των οποίων ο κ. Lopez είναι ήδη πελάτης, και γ) στον κ. Lopez δόθηκε εκ των προτέρων η δυνατότητα να εναντιωθεί στην επεξεργασία, κατά τον χρόνο συλλογής από την τράπεζα των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που τον αφορούν. Ωστόσο, το ΕΣΠΔ επιθυμεί να διευκρινίσει ότι η εκπλήρωση των υποχρεώσεων ενημέρωσης βάσει των άρθρων 13 και 14 του ΓΚΠΔ και η στάθμιση συμφερόντων που πρέπει να διενεργηθεί, βάσει του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο στ) του ΓΚΠΔ, είναι δύο διαφορετικά σύνολα υποχρεώσεων. Ως εκ τούτου, η εκπλήρωση και μόνο των υποχρεώσεων ενημέρωσης βάσει των άρθρων 13 και 14 του ΓΚΠΔ δεν είναι μέτρο διαφάνειας το οποίο μπορεί να ληφθεί υπόψη για τη στάθμιση των συμφερόντων βάσει του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο στ) του ΓΚΠΔ.

5.3 Στόχευση βάσει παρατηρούμενων δεδομένων

67. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι με τους οποίους οι πάροχοι μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορούν ενδεχομένως να παρατηρούν τη συμπεριφορά των χρηστών τους. Για παράδειγμα, η παρατήρηση

είναι δυνατή μέσω της ίδιας της υπηρεσίας του μέσου κοινωνικής δικτύωσης ή μέσω εξωτερικών δικτυακών τόπων δυνάμει προσθέτων μέσων κοινωνικής δικτύωσης ή εικονοστοιχείων.

Παράδειγμα 4: Στόχευση βάσει εικονοστοιχείων

Ο κ. Schmidt περιηγείται στο διαδίκτυο με σκοπό να αγοράσει ένα σακίδιο. Επισκέπτεται τον δικτυακό τόπο «BestBags.com», βλέπει ορισμένα είδη, αλλά δεν κάνει καμία αγορά. Ο διαχειριστής της ιστοσελίδας «BestBags.com» επιθυμεί να στοχεύσει χρήστες μέσων κοινωνικής δικτύωσης που επισκέφθηκαν τον δικτυακό τόπο του χωρίς να προβούν σε αγορά. Για τον σκοπό αυτό, ενσωματώνει στον δικτυακό τόπο του ένα «εικονοστοιχείο παρακολούθησης»⁶⁹, το οποίο θέτει στη διάθεσή του ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Μετά την έξοδό του από τον δικτυακό τόπο BestBags.com και τη σύνδεση στον λογαριασμό του σε μέσο κοινωνικής δικτύωσης, ο κ. Schmidt αρχίζει να βλέπει διαφήμιση για τα σακίδια τα οποία περιεργάστηκε όταν περιηγήθηκε στον δικτυακό τόπο BestBags.com.

Παράδειγμα 5: Στόχευση μέσω γεωεντοπισμού

Η κ. Michu εγκατέστησε στο έξυπνο τηλέφωνό της την εφαρμογή παρόχου μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Κάνει βόλτες στο Παρίσι κατά τη διάρκεια των διακοπών της. Ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης συλλέγει, σε διαρκή βάση, πληροφορίες σχετικά με το πού βρίσκεται η κ. Michu μέσω των λειτουργικοτήτων του παγκόσμιου συστήματος εντοπισμού στίγματος (GPS) του έξυπνου τηλεφώνου της⁷⁰, χρησιμοποιώντας τις άδειες που παρασχέθηκαν στον πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης κατά την εγκατάσταση της εφαρμογής. Η κ. Michu διαμένει σε ξενοδοχείο το οποίο βρίσκεται δίπλα σε πιτσαρία. Η πιτσαρία χρησιμοποιεί τη λειτουργικότητα στόχευσης μέσω γεωεντοπισμού που προσφέρει ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης για τη στόχευση προσώπων που βρίσκονται σε ακτίνα 1 χιλιομέτρου από το κατάστημά της για πρώτη φορά κατά τους τελευταίους 6 μήνες. Όταν άνοιξε την εφαρμογή του παρόχου μέσων κοινωνικής δικτύωσης στο έξυπνο τηλέφωνό της, η κ. Michu είδε τη διαφήμιση της πιτσαρίας, αποφάσισε ότι πεινούσε και αγόρασε μια πίτσα μέσω του δικτυακού τόπου της.

Παράδειγμα 6:

Η κ. Ghorbani δημιουργεί λογαριασμό σε πλατφόρμα μέσου κοινωνικής δικτύωσης. Κατά τη διαδικασία εγγραφής, ερωτάται αν συγκατατίθεται στην επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που την αφορούν ώστε να βλέπει στοχευμένες διαφημίσεις στη σελίδα της στο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, βάσει δεδομένων τα οποία παρέχει άμεσα στον πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης (όπως ηλικία, φύλο και τοποθεσία), καθώς και βάσει της δραστηριότητάς της σε άλλους δικτυακούς τόπους εκτός της πλατφόρμας του μέσου κοινωνικής δικτύωσης με τη χρήση cookies. Η κ. Ghorbani ενημερώνεται ότι τα δεδομένα αυτά θα συλλέγονται μέσω προσθέτων μέσων κοινωνικής

⁶⁹ Τα εικονοστοιχεία παρακολούθησης αποτελούνται από μικρά τμήματα κώδικα τα οποία ενσωματώνονται στον δικτυακό τόπο του στοχευόντος φορέα. Όταν ένα πρόσωπο αποκτά πρόσβαση στον δικτυακό τόπο του στοχευόντος φορέα από τον φυλλομετρητή του, ο φυλλομετρητής αποστέλλει αυτομάτως αίτημα στον εξυπηρετητή του παρόχου μέσων κοινωνικής δικτύωσης για να λάβει το εικονοστοιχείο παρακολούθησης. Μόλις καταφορτωθεί το εικονοστοιχείο παρακολούθησης, ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί συνήθως να παρακολουθήσει τη συνεδρία του χρήστη (ήτοι τη συμπεριφορά του προσώπου στον/στους επίμαχο/-ους δικτυακό/-ούς τόπο/-ους). Τα παρατηρούμενα δεδομένα μπορούν να χρησιμοποιηθούν, για παράδειγμα, για την προσθήκη χρήστη μέσου κοινωνικής δικτύωσης σε συγκεκριμένο κοινό-στόχο.

⁷⁰ Ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί επίσης να είναι σε θέση να προσδιορίσει πού βρίσκονται οι χρήστες του βάσει άλλων σημείων δεδομένων, περιλαμβανομένων της διεύθυνσης IP και πληροφοριών WiFi από κινητές συσκευές ή δεδομένων που προκύπτουν από τον χρήστη (π.χ. εάν ανακοινώσει πληροφορίες για το πού βρίσκεται με ανάρτηση στην πλατφόρμα).

δικτύωσης ή εικονοστοιχείων παρακολούθησης, οι διαδικασίες περιγράφονται σε αυτήν με σαφήνεια, όπως και το γεγονός ότι στη στόχευση συμμετέχουν και άλλες οντότητες οι οποίες είναι από κοινού υπεύθυνες να διασφαλίζουν τη συμμόρφωση με τον ΓΚΠΔ. Ενημερώνεται επίσης ότι μπορεί να αποσύρει τη συγκατάθεσή της οποτεδήποτε, και της παρέχεται σύνδεσμος προς την πολιτική απορρήτου. Η κ. Ghorbani ενδιαφέρεται να βλέπει στοχευμένες διαφημίσεις στη σελίδα της στο μέσο κοινωνικής δικτύωσης και, ως εκ τούτου, παρέχει τη συγκατάθεσή της. Δεν τοποθετούνται ούτε συλλέγονται διαφημιστικά cookies προτού η κ. Ghorbani δηλώσει τη συγκατάθεσή της.

Αργότερα, η κ. Ghorbani επισκέπτεται τον δικτυακό τόπο «Thelatesthotnews.com» στον οποίο είναι ενσωματωμένη επιλογή μέσου κοινωνικής δικτύωσης. Ένα μικρό αλλά εμφανές διαφημιστικό πλαίσιο εμφανίζεται στο δεξί άκρο της οθόνης, με το οποίο ζητείται η συγκατάθεση της κ. Ghorbani για τη διαβίβαση των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που την αφορούν στον πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης με τη χρήση cookies και προσθέτων μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ο διαχειριστής της ιστοσελίδας έλαβε τεχνικά μέτρα ώστε να μην διαβιβαστούν δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα στην πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης προτού η κ. Ghorbani παράσχει τη συγκατάθεσή της.

5.3.1 Ρόλοι

68. Στο Παράδειγμα 4, τόσο ο στοχεύων φορέας όσο και ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης συμμετέχουν στον καθορισμό των σκοπών και του τρόπου επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, η οποία έχει ως αποτέλεσμα την προβολή της διαφήμισης στον κ. Schmidt.
69. Όσον αφορά τον καθορισμό του σκοπού, η Bestbags.com και ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης καθορίζουν από κοινού τον σκοπό της επεξεργασίας, ο οποίος συνίσταται στην προβολή συγκεκριμένης διαφήμισης στην πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης στα φυσικά πρόσωπα που απαρτίζουν το κοινό-στόχο. Ενσωματώνοντας το εικονοστοιχείο στον δικτυακό τόπο της, η Bestbags.com ασκεί καθοριστική επιρροή στον τρόπο επεξεργασίας. Η συλλογή και η διαβίβαση των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα των επισκεπτών του δικτυακού τόπου στον πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν θα είχε πραγματοποιηθεί χωρίς την ενσωμάτωση του εικονοστοιχείου αυτού. Από την άλλη πλευρά, ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης ανέπτυξε και προσφέρει τον κωδικό λογισμικού (εικονοστοιχείο), που οδηγεί στην αυτόματη συλλογή, διαβίβαση και αξιολόγηση για σκοπούς μάρκετινγκ δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από τον πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ως εκ τούτου, υφίσταται από κοινού ευθύνη επεξεργασίας σε σχέση με τη συλλογή δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και τη διαβίβασή τους μέσω εικονοστοιχείων, καθώς και σε σχέση με την αντιστοίχιση και την επακόλουθη προβολή της διαφήμισης στον κ. Schmidt στην πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης, και για κάθε αναφορά στοιχείων σχετική με την εκστρατεία στόχευσης. Για παρόμοιους λόγους, υφίσταται επίσης από κοινού ευθύνη επεξεργασίας στο παράδειγμα 6.
70. Στο παράδειγμα 5, η πιτσαρία ασκεί καθοριστική επιρροή στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα καθορίζοντας τις συγκεκριμένες ρυθμίσεις της διαφημιστικής στόχευσης σύμφωνα με τις επιχειρηματικές ανάγκες της (για παράδειγμα, ωράριο λειτουργίας της πιτσαρίας και γεωεντοπισμός προσώπων που βρίσκονται κοντά στην πιτσαρία στο συγκεκριμένο χρονικό διάστημα) και, ως εκ τούτου, πρέπει να θεωρηθεί ότι συμμετέχει στον καθορισμό των σκοπών και του τρόπου επεξεργασίας των δεδομένων. Από την άλλη πλευρά, ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης συνέλεξε τις πληροφορίες που αφορούν την τοποθεσία της κ. Michu (μέσω GPS) για τον σκοπό του, ο οποίος συνίσταται στη διευκόλυνση τέτοιου είδους στοχευμένης διαφήμισης βάσει της τοποθεσίας. Ως εκ τούτου, υφίσταται από κοινού ευθύνη επεξεργασίας του στοχεύοντος φορέα και της πλατφόρμας μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε σχέση με τη συλλογή και την ανάλυση της τοποθεσίας της κ. Michu, καθώς και την προβολή της διαφήμισης, προκειμένου να στοχευθεί με τη διαφήμιση

(ως πρόσωπο που εμφανίζεται σε ακτίνα 1 χιλιομέτρου από την πιτσαρία για πρώτη φορά κατά τους τελευταίους 6 μήνες).

5.3.2 Νομική βάση

71. Καταρχάς, δεδομένου ότι τα παραδείγματα 4, 5 και 6 περιλαμβάνουν τη χρήση cookies, πρέπει να ληφθούν υπόψη οι απαιτήσεις που απορρέουν από το άρθρο 5 παράγραφος 3 της οδηγίας για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες.
72. Συναφώς, επισημαίνεται ότι το άρθρο 5 παράγραφος 3 της οδηγίας για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες απαιτεί να παρέχονται στους χρήστες σαφείς και εκτενείς πληροφορίες, μεταξύ άλλων, σχετικά με τους σκοπούς της επεξεργασίας, προτού δώσουν τη συγκατάθεσή τους⁷¹, με την επιφύλαξη πολύ περιορισμένων εξαιρέσεων⁷². Οι σαφείς και εκτενείς πληροφορίες πρέπει να παρέχουν στον χρήστη τη δυνατότητα να προσδιορίζει εύκολα τις συνέπειες της συγκατάθεσης που μπορεί να δώσει και να εξασφαλίζουν ότι η συγκατάθεση αυτή δίδεται εν πλήρει γνώσει της κατάστασης⁷³. Ως εκ τούτου, ο υπεύθυνος επεξεργασίας θα πρέπει να ενημερώνει τα υποκείμενα των δεδομένων για όλους τους σχετικούς σκοπούς της επεξεργασίας, συμπεριλαμβανομένης τυχόν μεταγενέστερης επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που αποκτήθηκαν μέσω της πρόσβασης σε πληροφορίες στον τερματικό εξοπλισμό.
73. Η συγκατάθεση που λαμβάνεται για την εφαρμογή των τεχνολογιών παρακολούθησης, προκειμένου να είναι έγκυρη, πρέπει να πληροί τις προϋποθέσεις του άρθρου 7 του ΓΚΠΔ⁷⁴. Για παράδειγμα, η συγκατάθεση δεν δίδεται εγκύρως, όταν η χρήση cookies επιτρέπεται βάσει τετραγωνιδίου προσυμπληρωμένου από τον πάροχο της υπηρεσίας, το οποίο ο χρήστης πρέπει να αποεπιλέξει, προκειμένου να αρνηθεί να δώσει τη συγκατάθεσή του⁷⁵. Βάσει της αιτιολογικής σκέψης 32, ενέργειες, όπως η κύλιση προς τα κάτω ή η μετατόπιση σε ισότοπο ή παρόμοιες δραστηριότητες του χρήστη, σε καμία περίπτωση δεν πληρούν την απαίτηση για σαφή και θετική ενέργεια: ενέργειες αυτού του είδους μπορεί να είναι δύσκολο να διακριθούν από άλλες δραστηριότητες ή πράξεις αλληλεπίδρασης του χρήστη και, επομένως, δεν θα είναι επίσης δυνατόν να διευκρινιστεί ότι έχει ληφθεί ρητή συγκατάθεση. Περαιτέρω, σε μια τέτοια περίπτωση, θα είναι δύσκολο να παρασχεθεί στον χρήστη τρόπος ανάκλησης της συγκατάθεσής του με την ίδια ευκολία με την οποία την παρείχε⁷⁶.
74. Κάθε (από κοινού) υπεύθυνος επεξεργασίας ο οποίος επιδιώκει να επικαλεστεί τη συγκατάθεση ως νομική βάση είναι υπεύθυνος να διασφαλίσει τη λήψη έγκυρης συγκατάθεσης. Στην απόφαση Fashion ID, το ΔΕΕ τόνισε τη σημασία να διασφαλίζεται η αποτελεσματική και έγκαιρη προστασία των δικαιωμάτων του υποκειμένου των δεδομένων καθώς και ότι η συγκατάθεση δεν πρέπει να δίνεται μόνο στον από κοινού υπεύθυνο της επεξεργασίας ο οποίος εμπλέκεται στην επεξεργασία εκ των υστέρων. Η έγκυρη συγκατάθεση πρέπει να λαμβάνεται πριν από την επεξεργασία, και τούτο συνεπάγεται ότι οι (από κοινού) υπεύθυνοι επεξεργασίας πρέπει να αξιολογούν πότε και με ποιον τρόπο θα πρέπει να παρέχονται οι πληροφορίες και θα πρέπει να λαμβάνεται η συγκατάθεση. Με άλλα λόγια, η απάντηση στο ζήτημα του ποιος από τους από κοινού υπευθύνους επεξεργασίας θα

⁷¹ Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, απόφαση στην υπόθεση C-673/17, Planet49 GmbH, σκέψη 73.

⁷² Βλ. γνώμη 5/2019 σχετικά με την αλληλεπίδραση μεταξύ της οδηγίας για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες και του ΓΚΠΔ, ιδίως όσον αφορά την αρμοδιότητα, τα καθήκοντα και τις εξουσίες των αρχών προστασίας δεδομένων. Βλ. επίσης Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, απόφαση στην υπόθεση C-40/17, Fashion ID, σκέψεις 89-91.

⁷³ Ο.π., σκέψη 74.

⁷⁴ Κατευθυντήριες γραμμές 5/2020 του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση βάσει του κανονισμού 2016/679, Έκδοση 1.1, σ. 6.

⁷⁵ Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, απόφαση στην υπόθεση C-637/17, Planet49, σκέψη 57.

⁷⁶ Κατευθυντήριες γραμμές 5/2020 του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση βάσει του κανονισμού 2016/679, Έκδοση 1.1, σ. 19.

πρέπει να είναι υπεύθυνος για να λάβει τη συγκατάθεση, έγκειται στον καθορισμό του ποιος εξ αυτών ήρθε πρώτος σε επικοινωνία με το υποκείμενο των δεδομένων. Στο παράδειγμα 6, καθώς η εγκατάσταση των cookies και η επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα πραγματοποιούνται κατά τον χρόνο δημιουργίας του λογαριασμού, ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να λάβει την έγκυρη συγκατάθεση της κ. Ghorbani πριν από την εγκατάσταση των διαφημιστικών cookies.

75. Το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει επίσης ότι, στις περιπτώσεις στις οποίες η ζητούμενη συγκατάθεση θα χρησιμοποιηθεί από περισσότερους (από κοινού) υπευθύνους επεξεργασίας ή εάν τα δεδομένα πρόκειται να διαβιβαστούν σε, ή να υποβληθούν σε επεξεργασία από, άλλους υπευθύνους επεξεργασίας που επιθυμούν να στηριχθούν στην αρχική συγκατάθεση, όλοι αυτοί οι οργανισμοί θα πρέπει να κατονομάζονται⁷⁷. Στο μέτρο που δεν είναι όλοι οι από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας γνωστοί, όταν ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης ζητεί τη συγκατάθεση, η συγκατάθεση θα πρέπει κατ' ανάγκη να συμπληρωθεί με περαιτέρω πληροφορίες και συγκατάθεση την οποία θα πρέπει να λάβει ο διαχειριστής της ιστοσελίδας που ενσωματώνει το πρόσθετο μέσω κοινωνικής δικτύωσης (ήτοι η Thelatesthotnews.com στο παράδειγμα 6).
76. Το ΕΣΠΔ τονίζει ότι η συγκατάθεση την οποία θα πρέπει να λάβει ο διαχειριστής ιστοσελίδας για τη διαβίβαση δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από τον δικτυακό τόπο του (με την ενσωμάτωση προσθέτου μέσω κοινωνικής δικτύωσης) αφορά μόνον την πράξη ή τη σειρά πράξεων επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για τις οποίες αυτός καθορίζει πράγματι τους σκοπούς και τον τρόπο της επεξεργασίας⁷⁸. Για παράδειγμα, η εξασφάλιση της συγκατάθεσης από τον διαχειριστή της ιστοσελίδας, ήτοι την «Thelatesthotnews.com» στο παράδειγμα 6, δεν αναιρεί ούτε μειώνει με οποιονδήποτε τρόπο την υποχρέωση του παρόχου μέσω κοινωνικής δικτύωσης να διασφαλίζει ότι το υποκείμενο των δεδομένων παρείχε έγκυρη συγκατάθεση για την επεξεργασία για την οποία είναι υπεύθυνος ως από κοινού υπεύθυνος επεξεργασίας⁷⁹, καθώς και για κάθε μεταγενέστερη ή περαιτέρω επεξεργασία την οποία εκτελεί και για την οποία ο διαχειριστής της ιστοσελίδας δεν καθορίζει από κοινού τους σκοπούς και τον τρόπο της επεξεργασίας (π.χ. μεταγενέστερες πράξεις κατάρτισης προφίλ για σκοπούς στόχευσης).
77. Επιπλέον, κάθε μεταγενέστερη επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, συμπεριλαμβανομένων των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που λαμβάνονται από cookies, πρόσθετα μέσω κοινωνικής δικτύωσης ή εικονοστοιχεία, πρέπει επίσης να έχει νομική βάση, σύμφωνα με το άρθρο 6 του ΓΚΠΔ, ώστε να είναι σύνομη⁸⁰. Όσον αφορά τη νομική βάση για την επεξεργασία στα παραδείγματα 4, 5 και 6, το ΕΣΠΔ θεωρεί ότι το έννομο συμφέρον δεν μπορεί να αποτελέσει κατάλληλη νομική βάση, καθώς η στόχευση στηρίζεται στην παρακολούθηση της συμπεριφοράς προσώπων σε δικτυακούς τόπους και τοποθεσίες με τη χρήση τεχνολογιών παρακολούθησης⁸¹.

⁷⁷ Κατευθυντήριες γραμμές 5/2020 του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση βάσει του κανονισμού 2016/679, Έκδοση 1.1, σ. 18, σημείο 65.

⁷⁸ Απόφαση, της 29ης Ιουλίου 2019, στην υπόθεση C-40/17, Fashion ID, ECLI:EU:C:2019:629, σκέψεις 100-101.

⁷⁹ Αυτό ισχύει κατά μείζονα λόγο στο μέτρο που, για τα περισσότερα εργαλεία στόχευσης, τις πράξεις ανάγνωσης/εγγραφής στο τερματικό του χρήστη εκτελεί το μέσο κοινωνικής δικτύωσης, καθώς συλλέγει τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα για τον σκοπό της στοχευμένης διαφήμισης. Ως εκ τούτου, ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης είναι υπεύθυνος να διασφαλίζει τη λήψη έγκυρης συγκατάθεσης.

⁸⁰ Γνώμη 5/2019 σχετικά με την αλληλεπίδραση μεταξύ της οδηγίας για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες και του ΓΚΠΔ, ιδίως όσον αφορά την αρμοδιότητα, τα καθήκοντα και τις εξουσίες των αρχών προστασίας δεδομένων, σημείο 41.

⁸¹ Ομάδα εργασίας του άρθρου 29, Κατευθυντήριες γραμμές για την αυτοματοποιημένη λήψη αποφάσεων και την κατάρτιση προφίλ για τους σκοπούς του κανονισμού 2016/679, WP 251, αναθ. 01, σ. 17, βλ. επίσης Ομάδα εργασίας του άρθρου 29, Γνώμη σχετικά με την έννοια των εννόμων συμφερόντων, σ. 89-90: «Συνολικά,

78. Ως εκ τούτου, υπό τις περιστάσεις αυτές, η κατάλληλη νομική βάση για τυχόν μεταγενέστερη επεξεργασία βάσει του άρθρου 6 του ΓΚΠΔ είναι επίσης πιθανό να είναι η συγκατάθεση του υποκειμένου των δεδομένων. Πράγματι, κατά την αξιολόγηση της συμμόρφωσης με το άρθρο 6 του ΓΚΠΔ, θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ότι η επεξεργασία στο σύνολό της περιλαμβάνει συγκεκριμένες δραστηριότητες για τις οποίες ο νομοθέτης της ΕΕ έχει επιδιώξει να παρέχει πρόσθετη προστασία⁸². Επίσης, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τον αντίκτυπο στα δικαιώματα των υποκειμένων των δεδομένων κατά τον προσδιορισμό της κατάλληλης νομικής βάσης, προκειμένου να τηρείται η αρχή της αντικειμενικότητας⁸³.

5.4 Στόχευση βάσει συναγόμενων δεδομένων

79. Συναγόμενα είναι τα δεδομένα τα οποία δημιουργεί ο υπεύθυνος επεξεργασίας βάσει των δεδομένων που παρέχει το υποκείμενο των δεδομένων (ανεξάρτητα από το αν τα δεδομένα αυτά είναι προϊόν παρατήρησης ή παρασχέθηκαν ενεργά από το υποκείμενο των δεδομένων, ή πρόκειται για συνδυασμό των δύο αυτών περιπτώσεων)⁸⁴. Συμπεράσματα σχετικά με τα υποκείμενα των δεδομένων μπορούν να εξαγάγουν τόσο ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης όσο και στοχεύων φορέας.
80. Για παράδειγμα, ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης, μέσω της παρακολούθησης της συμπεριφοράς των χρηστών του σε μεγάλο χρονικό διάστημα, τόσο στο μέσο κοινωνικής δικτύωσης όσο και εκτός αυτού (π.χ. σελίδες τις οποίες επισκέφθηκαν, χρόνο που αφιέρωσαν σε κάθε σελίδα, αριθμό εκ νέου συνδέσεων στη σελίδα αυτή, λέξεις που αναζήτησαν, υπερσυνδέσμους που χρησιμοποίησαν, «Μου αρέσει!» που έδωσαν), μπορεί να είναι σε θέση να συναγάγει πληροφορίες σχετικά με τα ενδιαφέροντα και άλλα χαρακτηριστικά του χρήστη του μέσου κοινωνικής δικτύωσης. Στο ίδιο πνεύμα, ο στοχεύων φορέας ενδέχεται επίσης να είναι σε θέση να συναγάγει δεδομένα σχετικά με συγκεκριμένα πρόσωπα και να χρησιμοποιήσει τις γνώσεις αυτές κατά τη στόχευσή τους, προκειμένου να προβάλει διαφημίσεις στη σελίδα τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- 81.

Παράδειγμα 7:

Η κ. Delucca επιλέγει συχνά «Μου αρέσει!» σε φωτογραφίες έργων του ιμπρεσιονιστή ζωγράφου Pataolito τις οποίες αναρτά στη σελίδα της, σε μέσο κοινωνικής δικτύωσης, η γκαλερί τέχνης «Beautifulart». Το Μουσείο Z επιδιώκει να προσελκύσει φυσικά πρόσωπα τα οποία ενδιαφέρονται για πίνακες ιμπρεσιονιστών ζωγράφων ενόψει της έκθεσης που διοργανώνει προσεχώς. Το Μουσείο Z χρησιμοποιεί τα ακόλουθα στοιχεία στόχευσης τα οποία προσφέρει ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης: «ενδιαφέρον για τον ιμπρεσιονισμό», φύλο, ηλικία και τόπος διαμονής. Εν συνεχεία, η κ. Delucca λαμβάνει, στη σελίδα της στο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, στοχευμένη διαφήμιση από το Μουσείο Z σχετική με την επικείμενη έκθεση του Μουσείου Z.

υπάρχει ανισορροπία μεταξύ του έννομου συμφέροντος της εταιρείας και της προστασίας των θεμελιωδών δικαιωμάτων των χρηστών και, επομένως, δεν θα πρέπει να γίνει επίκληση του άρθρου 7 στοιχείο στ) ως νομικού λόγου για την επεξεργασία. Προσφορότερο έδαφος θα παρείχε το άρθρο 7 στοιχείο α), υπό τον όρο ότι πληρούνται οι προϋποθέσεις έγκυρης συγκατάθεσης».

⁸² Γνώμη 5/2019 σχετικά με την αλληλεπίδραση μεταξύ της οδηγίας για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες και του ΓΚΠΔ, ιδίως όσον αφορά την αρμοδιότητα, τα καθήκοντα και τις εξουσίες των αρχών προστασίας δεδομένων, σημείο 41.

⁸³ Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Προστασίας Δεδομένων, [Κατευθυντήριες γραμμές 2/2019 για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο β\) του ΓΚΠΔ στο πλαίσιο της παροχής επιγραμμικών υπηρεσιών σε υποκείμενα δεδομένων](#), Έκδοση 2.0, 8 Οκτωβρίου 2019, σημείο 1.

⁸⁴ Βλ. επίσης Ομάδα εργασίας του άρθρου 29 για την προστασία δεδομένων, Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με το δικαίωμα στη φορητότητα των δεδομένων, WP 242 αναθ. 01, 5 Απριλίου 2017, σ. 10.

Παράδειγμα 8:

Ο κ. Leon υπέδειξε στη σελίδα του σε μέσο κοινωνικής δικτύωσης ότι ενδιαφέρεται για τον αθλητισμό. Καταφόρτωσε εφαρμογή στο κινητό τηλέφωνό του ώστε να παρακολουθεί τα πιο πρόσφατα αποτελέσματα των αγαπημένων αθλητικών αγώνων, εγκατέστησε στον φυλλομετρητή του τη σελίδα www.livesportsresults.com ως αρχική σελίδα στον φορητό υπολογιστή του, χρησιμοποιεί συχνά τον επιτραπέζιο υπολογιστή του στην εργασία του για να αναζητεί στο διαδίκτυο τα πιο πρόσφατα αποτελέσματα αθλητικών εκδηλώσεων. Επισκέπτεται επίσης μερικές ιστοσελίδες διαδικτυακών τυχερών παιχνιδιών. Ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης παρακολουθεί τη διαδικτυακή δραστηριότητα του κ. Leon στις διάφορες συσκευές του, ήτοι στον φορητό υπολογιστή, το κινητό τηλέφωνο και τον επιτραπέζιο υπολογιστή του. Από τη δραστηριότητα αυτή και όλες τις πληροφορίες που παρείχε ο κ. Leon, ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης συνήγαγε ότι θα ενδιαφέρεται για διαδικτυακά στοιχήματα. Επιπλέον, η πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης κατάρτισε κριτήρια στόχευσης τα οποία παρέχουν σε εταιρείες τη δυνατότητα να στοχεύουν φυσικά πρόσωπα τα οποία είναι πιθανό να ενεργούν παρορμητικά και να έχουν χαμηλότερο εισόδημα. Η εταιρεία διαδικτυακών στοιχημάτων «bestpaydayloans» επιθυμεί να στοχεύσει χρήστες οι οποίοι ενδιαφέρονται για τα στοιχήματα και είναι πιθανό να στοιχηματίζουν υψηλά ποσά. Ως εκ τούτου, επιλέγει τα κριτήρια στόχευσης τα οποία προσφέρει ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης για να στοχεύσει το κοινό στο οποίο θα πρέπει να προβληθεί η διαφήμιση.

5.4.1 Ρόλοι

82. Όσον αφορά τον καθορισμό των ρόλων των διαφόρων φορέων, το ΕΣΠΔ επισημαίνει τα ακόλουθα: στο παράδειγμα 7, υφίσταται από κοινού ευθύνη επεξεργασίας του Μουσείου Z και του παρόχου μέσων κοινωνικής δικτύωσης όσον αφορά την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για τους σκοπούς της στοχευμένης διαφήμισης, λαμβανομένης υπόψη της συλλογής των δεδομένων αυτών μέσω της λειτουργικότητας «Μου αρέσει!» στην πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης και της «ανάλυσης» που πραγματοποίησε ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης προκειμένου να προσφέρει το κριτήριο στόχευσης («ενδιαφέρον για τον ιμπρεσιονισμό») στον στοχεύοντα φορέα, το οποίο ανταποκρίνεται στον σκοπό της προβολής τελικά της διαφήμισης⁸⁵.
83. Στο παράδειγμα 8, υφίσταται από κοινού ευθύνη επεξεργασίας της «bestpaydayloans» και του παρόχου μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε σχέση με την επεξεργασία πράξεων που καθορίστηκαν από κοινού, εν προκειμένω την επιλογή κριτηρίων στόχευσης και εν συνεχεία την προβολή της διαφήμισης, καθώς και την τυχόν υποβολή στοιχείων σχετικών με την εκστρατεία στόχευσης.

5.4.2 Νομική βάση

84. Η στόχευση χρηστών μέσων κοινωνικής δικτύωσης βάσει συναγόμενων δεδομένων για διαφημιστικούς σκοπούς περιλαμβάνει συνήθως την κατάρτιση προφίλ⁸⁶. Η ομάδα εργασίας του άρθρου 29 έχει αποσαφηνίσει στο παρελθόν ότι, κατά τον ΓΚΠΔ, κατάρτιση προφίλ είναι η αυτοματοποιημένη επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για την αξιολόγηση προσωπικών πτυχών, ιδίως για την ανάλυση ή την πραγματοποίηση προβλέψεων σχετικά με φυσικά πρόσωπα, προσθέτοντας ότι «[η] χρήση της λέξης “αξιολόγηση” υποδηλώνει ότι η κατάρτιση προφίλ

⁸⁵ Όσον αφορά τις σελίδες μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οι προϋποθέσεις της από κοινού ευθύνης επεξεργασίας μπορεί να πληρούνται επίσης σε σχέση με στατιστικές πληροφορίες τις οποίες παρέχει ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης στον διαχειριστή της σελίδας: βλ. ΔΕΕ C-210/16, *Wirtschaftsakademie*.

⁸⁶ Το ΕΣΠΔ επισημαίνει ότι κατάρτιση προφίλ μπορεί να υπήρξε και σε προηγούμενα παραδείγματα.

περιλαμβάνει κάποια μορφή αξιολόγησης ή κρίσης σχετικά με ένα πρόσωπο»⁸⁷. Η κατάρτιση προφίλ μπορεί να είναι σύννομη διά παραπομπής σε οποιονδήποτε από τους νομικούς λόγους του άρθρου 6 παράγραφος 1 του ΓΚΠΔ, με την επιφύλαξη της νομιμότητας αυτής της νομικής βάσης.

85. Στο παράδειγμα 7, το άρθρο 5 παράγραφος 3 της οδηγίας για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες έχει εφαρμογή, στο μέτρο που η προβολή της διαφήμισης στη σελίδα της κ. Delucca σχετικά με τον ζωγράφο Pataolito απαιτεί πράξη ανάγνωσης/εγγραφής για την αντιστοίχιση αυτής της επιλογής «Μου αρέσει!» με πληροφορίες τις οποίες διέθετε προηγουμένως σχετικά με την κ. Delucca ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ως εκ τούτου, για τις πράξεις αυτές θα απαιτείται συγκατάθεση.
86. Όσον αφορά το παράδειγμα 8, το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι, στην περίπτωση αυτοματοποιημένης λήψης αποφάσεων που παράγει έννομα αποτελέσματα ή επηρεάζει σημαντικά με παρόμοιο τρόπο το υποκείμενο των δεδομένων, όπως προβλέπεται στο άρθρο 22 του ΓΚΠΔ, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας δεδομένων μπορούν να επικαλούνται τις ακόλουθες εξαιρέσεις:
-)] ρητή συγκατάθεση του υποκειμένου των δεδομένων
 -)] αναγκαιότητα της αυτοματοποιημένης λήψης αποφάσεων για τη σύναψη ή την εκτέλεση σύμβασης ή
 -)] άδεια από το ενωσιακό δίκαιο ή το δίκαιο κράτους μέλους στο οποίο υπόκειται ο υπεύθυνος επεξεργασίας.
87. Η ομάδα εργασίας του άρθρου 29 έχει ήδη επισημάνει ότι «Σε πολλές τυπικές περιπτώσεις, η απόφαση παρουσίασης στοχευμένης διαφήμισης με βάση την κατάρτιση προφίλ δεν θα έχει σημαντικές επιπτώσεις με παρόμοιο τρόπο στα φυσικά πρόσωπα (...). Ωστόσο, είναι πιθανό να έχει σημαντικές επιπτώσεις με παρόμοιο τρόπο, ανάλογα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της κάθε περίπτωσης, συμπεριλαμβανομένων των ακόλουθων:
-)] την αδιακρίσια της διαδικασίας κατάρτισης προφίλ, συμπεριλαμβανομένης της παρακολούθησης φυσικών προσώπων σε διάφορους δικτυακούς τόπους, συσκευές και υπηρεσίες
 -)] τις προσδοκίες και τις επιθυμίες των ενδιαφερόμενων φυσικών προσώπων
 -)] τον τρόπο με τον οποίο παρουσιάζεται η διαφήμιση ή
 -)] τη χρήση γνώσεων σχετικά με τα ευάλωτα σημεία των στοχευόμενων υποκειμένων των δεδομένων»⁸⁸.
88. Όταν η κατάρτιση προφίλ από τον πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι πιθανό να «επηρεάζει σημαντικά με παρόμοιο τρόπο» το υποκείμενο των δεδομένων, το άρθρο 22 έχει εφαρμογή. Ο υπεύθυνος επεξεργασίας (ή, ενδεχομένως, οι από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας) θα πρέπει να αξιολογούν αν η στόχευση «επηρεάζει σημαντικά με παρόμοιο τρόπο» το υποκείμενο των δεδομένων σε κάθε περίπτωση διά παραπομπής στα συγκεκριμένα πραγματικά περιστατικά της στόχευσης.
89. Σε περιστάσεις όπως οι περιγραφόμενες στο παράδειγμα 8, η προβολή διαφημίσεων διαδικτυακών στοιχημάτων μπορεί να εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 22 του ΓΚΠΔ (στόχευση οικονομικά ευάλωτων προσώπων τα οποία ενδιαφέρονται για διαδικτυακά στοιχήματα που μπορεί

⁸⁷ Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την αυτοματοποιημένη ατομική λήψη αποφάσεων και την κατάρτιση προφίλ για τους σκοπούς του κανονισμού 2016/679, WP 251 αναθ. 01, σ. 7.

⁸⁸ Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την αυτοματοποιημένη ατομική λήψη αποφάσεων και την κατάρτιση προφίλ για τους σκοπούς του κανονισμού 2016/679, WP 251 αναθ. 01, σ. 26-27.

να επηρεάσουν σημαντικά και δυσμενώς την οικονομική κατάστασή τους). Ως εκ τούτου, σύμφωνα με το άρθρο 22, θα απαιτούνταν ρητή συγκατάθεση. Επιπλέον, η χρήση τεχνικών παρακολούθησης συνεπάγεται τη δυνατότητα εφαρμογής του άρθρου 5 παράγραφος 3 της οδηγίας για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες, με αποτέλεσμα απαίτηση προηγούμενης συγκατάθεσης. Τέλος, το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι, προκειμένου η επεξεργασία να είναι σύννομη, ο υπεύθυνος επεξεργασίας πρέπει να διενεργεί κατά περίπτωση αξιολόγηση, και ότι η εξασφάλιση συγκατάθεσης δεν μειώνει τις λοιπές υποχρεώσεις τήρησης των απαιτήσεων της αντικειμενικότητας, της αναγκαιότητας, της αναλογικότητας και της ποιότητας των δεδομένων, όπως προβλέπεται στο άρθρο 5 του ΓΚΠΔ.

6 ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ

90. Κατά το άρθρο 5 παράγραφος 1 στοιχείο α) του ΓΚΠΔ, τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα υποβάλλονται σε σύννομη και θεμιτή επεξεργασία με διαφανή τρόπο σε σχέση με το υποκείμενο των δεδομένων. Το άρθρο 5 παράγραφος 1 στοιχείο β) του ΓΚΠΔ ορίζει επίσης ότι τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα συλλέγονται για καθορισμένους, ρητούς και νόμιμους σκοπούς. Τα άρθρα 12, 13 και 14 του ΓΚΠΔ περιέχουν ειδικές διατάξεις σχετικά με τις υποχρεώσεις διαφάνειας του υπευθύνου επεξεργασίας δεδομένων. Τέλος, κατά την αιτιολογική σκέψη 39, «[θ]α πρέπει να είναι σαφές για τα φυσικά πρόσωπα ότι δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που τα αφορούν συλλέγονται, χρησιμοποιούνται, λαμβάνονται υπόψη ή υποβάλλονται κατ' άλλο τρόπο σε επεξεργασία, καθώς και σε ποιο βαθμό τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα υποβάλλονται ή θα υποβληθούν σε επεξεργασία»⁸⁹.
91. Οι πληροφορίες που παρουσιάζονται στα υποκείμενα των δεδομένων σχετικά με τον τρόπο επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που τα αφορούν θα πρέπει να είναι, σε κάθε περίπτωση, σε συνοπτική, διαφανή, κατανοητή και εύκολα προσβάσιμη μορφή, χρησιμοποιώντας σαφή και απλή διατύπωση.
92. Το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι η χρήση και μόνον της λέξης «διαφήμιση» δεν επαρκεί για να ενημερωθούν οι χρήστες ότι η δραστηριότητά τους παρακολουθείται για τον σκοπό στοχευμένης διαφήμισης. Θα πρέπει να καθίστανται σαφή στα πρόσωπα τα είδη των δραστηριοτήτων επεξεργασίας που εκτελούνται και οι πρακτικές συνέπειες αυτών για το υποκείμενο των δεδομένων. Τα υποκείμενα των δεδομένων θα πρέπει να ενημερώνονται με κατανοητή γλώσσα για το αν θα καταρτιστεί προφίλ βάσει της διαδικτυακής συμπεριφοράς τους στην πλατφόρμα ή στον δικτυακό τόπο του στοχευόντος φορέα, αντιστοίχως, από την πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης και από τον στοχευόντα φορέα, μέσω της παροχής πληροφοριών στους χρήστες σχετικά με τα είδη δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που συλλέγονται για την κατάρτιση των προφίλ αυτών και, τελικώς, καθιστούν δυνατή τη στόχευση και τη συμπεριφορική διαφήμιση των στοχευόντων φορέων⁹⁰. Οι σχετικές πληροφορίες θα πρέπει να παρέχονται στους χρήστες άμεσα στην οθόνη, διαδραστικά και, όπου συντρέχει περίπτωση ή είναι αναγκαίο, μέσω ανακοινώσεων πολλαπλών επιπέδων⁹¹.

6.1 Ουσία της συμφωνίας και πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται (άρθρο 26 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ)

⁸⁹ Βλ. επίσης Ομάδα εργασίας του άρθρου 29, Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τη διαφάνεια βάσει του κανονισμού 2016/679, WP 260 αναθ. 01, 11 Απριλίου 2018, <https://ec.europa.eu/newsroom/article29/items/622227>.

⁹⁰ Βλ. κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τη διαφάνεια βάσει του κανονισμού 2016/679.

⁹¹ Ομάδα εργασίας του άρθρου 29, Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τη συγκατάθεση βάσει του κανονισμού 2016/679, WP 259, αναθ. 01, σημεία 24, 35.

93. Σύμφωνα με το άρθρο 26 παράγραφος 1 του ΓΚΠΔ, οι από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας «καθορίζουν με διαφανή τρόπο τις αντίστοιχες ευθύνες τους για συμμόρφωση προς τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τον παρόντα κανονισμό, ιδίως όσον αφορά την άσκηση των δικαιωμάτων του υποκειμένου των δεδομένων και τα αντίστοιχα καθήκοντά τους για να παρέχουν τις πληροφορίες που αναφέρονται στα άρθρα 13 και 14, μέσω συμφωνίας μεταξύ τους, εκτός εάν και στον βαθμό που οι αντίστοιχες αρμοδιότητες των υπευθύνων επεξεργασίας καθορίζονται από το δίκαιο της Ένωσης ή το δίκαιο του κράτους μέλους στο οποίο υπόκεινται οι υπεύθυνοι επεξεργασίας. Στη συμφωνία μπορεί να αναφέρεται ένα σημείο επικοινωνίας για τα υποκείμενα των δεδομένων».
94. Περαιτέρω εκδήλωση της αρχής της διαφάνειας είναι η υποχρέωση να τίθεται στη διάθεση του υποκειμένου των δεδομένων η ουσία της συμφωνίας των από κοινού υπευθύνων επεξεργασίας, σύμφωνα με το άρθρο 26 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ. Συγκεκριμένα, το άρθρο 26 του ΓΚΠΔ υποχρεώνει τους από κοινού υπευθύνους επεξεργασίας να λαμβάνουν κατάλληλα μέτρα ώστε να διασφαλίζουν ότι τα υποκείμενα των δεδομένων γνωρίζουν την κατανομή των αρμοδιοτήτων.
95. Καταρχήν, οι πληροφορίες που παρέχονται στο υποκείμενο των δεδομένων πρέπει να καλύπτουν όλες τις πτυχές των πράξεων επεξεργασίας δεδομένων για τις οποίες οι από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας ευθύνονται από κοινού. Συγκεκριμένα, το υποκείμενο των δεδομένων δικαιούται να λάβει κάθε πληροφορία (μεταξύ άλλων, όσον αφορά τη μεταγενέστερη επεξεργασία όταν υφίσταται από κοινού ευθύνη επεξεργασίας) εξαρχής, ώστε η ενημέρωση να είναι αντικειμενική και κατάλληλη. Ειδικότερα, η κοινή συμφωνία πρέπει να διασφαλίζει ότι θα παρέχονται στο υποκείμενο των δεδομένων οι πληροφορίες που απαιτούνται βάσει των άρθρων 13 και 14 του ΓΚΠΔ, μεταξύ άλλων σχετικά με τους κοινούς ή στενά συνδεδεμένους σκοπούς τους, τις περιόδους αποθήκευσης, τη διαβίβαση σε τρίτους κ.λπ., οι οποίες πρέπει να γνωστοποιούνται στο υποκείμενο των δεδομένων κατά τη συλλογή των δεδομένων ή πριν από την έναρξη της επεξεργασίας. Στη συμφωνία πρέπει να καθίστανται σαφείς οι σχετικές αρμοδιότητες. Για την εκπλήρωση των απαιτήσεων αυτών, η συμφωνία πρέπει να περιέχει (ή να παραπέμπει σε) σαφείς και περιεκτικές πληροφορίες σε σχέση με την επεξεργασία την οποία αφορά με επεξηγήσεις, όπου συντρέχει περίπτωση, σχετικά με τα διάφορα στάδια και τους παράγοντες της επεξεργασίας⁹².
96. Παρότι αμφότεροι οι από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας υπέχουν την υποχρέωση ενημέρωσης, όταν υφίσταται από κοινού ευθύνη επεξεργασίας, μπορούν να συμφωνήσουν αμοιβαία την ανάθεση σε έναν εξ αυτών του καθήκοντος παροχής των αρχικών πληροφοριών στα υποκείμενα των δεδομένων, ιδίως σε περιπτώσεις στις οποίες μόνον ένας υπεύθυνος επεξεργασίας αλληλεπιδρά με τους χρήστες πριν από την επεξεργασία, για παράδειγμα στην ιστοσελίδα του⁹³. Αυτή η ανταλλαγή των πληροφοριών που πρέπει να παρέχονται στο υποκείμενο των δεδομένων θα πρέπει να αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της κοινής συμφωνίας (π.χ. προσάρτημα). Στην περίπτωση που ένας εκ των από κοινού υπευθύνων επεξεργασίας δεν διαθέτει αναλυτικά όλες τις λεπτομέρειες, επειδή, για παράδειγμα, δεν γνωρίζει την ακριβή τεχνική εκτέλεση των δραστηριοτήτων επεξεργασίας, ο έτερος από κοινού υπεύθυνος επεξεργασίας παρέχει όλες τις αναγκαίες πληροφορίες ώστε να του παράσχει τη δυνατότητα να προσφέρει στο υποκείμενο των δεδομένων το σύνολο των πληροφοριών, σύμφωνα με τα άρθρα 13 και 14 του ΓΚΠΔ.
97. Το ΕΣΠΔ επισημαίνει ότι οι υπεύθυνοι επεξεργασίας δεν ευθύνονται άμεσα για την παροχή των πληροφοριών που απαιτούνται από τα άρθρα 13 και 14 του ΓΚΠΔ σε σχέση με πράξεις περαιτέρω επεξεργασίας οι οποίες δεν εμπίπτουν στο πεδίο της από κοινού ευθύνης επεξεργασίας. Ως εκ

⁹² Γνώμη 1/2010 σχετικά με τις έννοιες του «υπευθύνου της επεξεργασίας» και του «εκτελούντος την επεξεργασία», WP 169, σ. 34.

⁹³ ΔΕΕ, Fashion ID, σκέψεις 102, 105.

τούτου, ο στοχεύων φορέας δεν ευθύνεται άμεσα για την παροχή των πληροφοριών που αφορούν οποιαδήποτε περαιτέρω επεξεργασία την οποία θα διενεργήσει η πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης⁹⁴.

98. Ωστόσο, το ΕΣΠΔ τονίζει ότι ο από κοινού υπεύθυνος επεξεργασίας που προτίθεται να χρησιμοποιήσει περαιτέρω τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα υπέχει ειδικές υποχρεώσεις ενημέρωσης για αυτή την περαιτέρω επεξεργασία, όταν δεν υφίσταται από κοινού ευθύνη, σύμφωνα με το άρθρο 14 παράγραφος 4 του ΓΚΠΔ, καθώς και υποχρεώσεις όσον αφορά τη συμβατότητα της περαιτέρω επεξεργασίας βάσει του άρθρου 6 παράγραφος 4. Για παράδειγμα, ο στοχεύων φορέας και ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης θα μπορούσαν να συμφωνήσουν ότι ο στοχεύων φορέας θα παρέχει ορισμένες πληροφορίες για λογαριασμό του παρόχου μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ωστόσο, ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης παραμένει τελικώς υπεύθυνος να διασφαλίζει την παροχή στο υποκείμενο των δεδομένων των σχετικών πληροφοριών για όλες τις δραστηριότητες επεξεργασίας που τελούν υπό την ευθύνη του.

Στο παράδειγμα 3 (ο κ. Lopez στοχεύεται για διαφήμιση της τράπεζας Χ στη σελίδα του σε μέσο κοινωνικής δικτύωσης, μετά την αναφόρτωση από την τράπεζα της διεύθυνσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του στον πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης), η τράπεζα πρέπει να ενημερώσει τον κ. Lopez ότι η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του θα χρησιμοποιηθεί για τη διαφήμιση, μέσω του παρόχου μέσων κοινωνικής δικτύωσης, προσφορών που συνδέονται με τις τραπεζικές υπηρεσίες. Κάθε περαιτέρω επεξεργασία από τον πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να είναι σύννομη και συμβατή με τους σκοπούς για τους οποίους η τράπεζα συνέλεξε τα δεδομένα.

Επιπλέον, στο μέτρο που ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης προτίθεται να επεξεργαστεί περαιτέρω τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του κ. Lopez για άλλο σκοπό, πρέπει να διασφαλίζει ότι παρέχονται εκ των προτέρων στον κ. Lopez οι πληροφορίες που απαιτεί το άρθρο 14 παράγραφος 4 του ΓΚΠΔ.

Ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης και η Τράπεζα μπορούν να συμφωνήσουν ότι η Τράπεζα θα παράσχει στον κ. Lopez τις σχετικές πληροφορίες για λογαριασμό του παρόχου μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ωστόσο, ακόμη και στην περίπτωση αυτή, ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης παραμένει τελικώς υπεύθυνος να διασφαλίζει την παροχή στο υποκείμενο των δεδομένων των σχετικών πληροφοριών για όλες τις δραστηριότητες επεξεργασίας για τις οποίες είναι (μόνος) υπεύθυνος. Η υποχρέωση αυτή δεν θα ισχύει, εάν ο κ. Lopez έχει ήδη ενημερωθεί από την τράπεζα για την επεξεργασία αυτή, σύμφωνα με το άρθρο 14 παράγραφος 5 στοιχείο α) του ΓΚΠΔ.

Αυτές οι υποχρεώσεις διαφάνειας πρέπει να λαμβάνονται υπόψη με την επιφύλαξη των ειδικών υποχρεώσεων που εφαρμόζονται όσον αφορά τη νομική βάση.

⁹⁴ Όπως διευκρινίζεται στις κατευθυντήριες γραμμές 7/2020 του ΕΣΠΔ σχετικά με τις έννοιες του υπευθύνου επεξεργασίας και του εκτελούντος την επεξεργασία στον ΓΚΠΔ, κάθε υπεύθυνος επεξεργασίας υποχρεούται να διασφαλίζει ότι τα δεδομένα δεν υποβάλλονται σε περαιτέρω επεξεργασία κατά τρόπο μη συμβατό με τους σκοπούς για τους οποίους συλλέχθηκαν αρχικά από τον υπεύθυνο επεξεργασίας που ανταλλάσσει τα δεδομένα. Θα ήταν ορθή πρακτική να παρέχει ο υπεύθυνος επεξεργασίας που προτίθεται να επεξεργαστεί δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα για άλλους σκοπούς επαρκή μέσα στον έτερο υπεύθυνο επεξεργασίας που διαβιβάζει τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα, ώστε να εξακριβώνει ότι υφίσταται όντως νομική βάση, η οποία θα είναι πιθανότατα η συγκατάθεση, και ότι τα υποκείμενα των δεδομένων ενημερώθηκαν κατάλληλα, καθώς κατ' αυτόν τον τρόπο ο στοχεύων φορέας θα μπορεί να διασφαλίσει ότι η μεταβίβαση στον πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι σύννομη.

99. Κάθε από κοινού υπεύθυνος επεξεργασίας είναι υπεύθυνος να διασφαλίζει ότι η ουσία της συμφωνίας τίθεται στη διάθεση του υποκειμένου των δεδομένων. Στην πράξη, η ουσία της συμφωνίας θα πρέπει να είναι άμεσα διαθέσιμη στην πλατφόρμα, να μνημονεύεται στην πολιτική απορρήτου της και να είναι άμεσα προσβάσιμη μέσω συνδέσμου, για παράδειγμα, στη σελίδα του στοχεύοντος φορέα στην πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης ή σε συνδέσμους όπως «για ποιον λόγο βλέπω τη διαφήμιση αυτή;».

6.2 Δικαίωμα πρόσβασης (άρθρο 15)

100. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας δεδομένων πρέπει να παρέχουν στους χρήστες τη δυνατότητα να ασκούν ευχερώς και πλήρως τα δικαιώματα που έχουν ως υποκείμενα των δεδομένων. Ένα εύχρηστο και αποτελεσματικό εργαλείο θα πρέπει να τίθεται στη διάθεση του υποκειμένου των δεδομένων ώστε να διασφαλίζεται η ευχερής άσκηση όλων των δικαιωμάτων του, οποτεδήποτε, και ειδικότερα του δικαιώματος διαγραφής, εναντίωσης και πρόσβασης δυνάμει του άρθρου 15 του ΓΚΠΔ⁹⁵. Στα σημεία που ακολουθούν εξετάζονται ο τρόπος με τον οποίο πρέπει να λαμβάνεται υπόψη το δικαίωμα πρόσβασης στο πλαίσιο της στόχευσης χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και οι φορείς που πρέπει να λαμβάνουν υπόψη το δικαίωμα πρόσβασης στο πλαίσιο της εν λόγω στόχευσης⁹⁶.
101. Γενικά, για την εκπλήρωση των απαιτήσεων του άρθρου 15 παράγραφος 1 του ΓΚΠΔ και τη διασφάλιση πλήρους διαφάνειας, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας μπορούν να εξετάσουν την εφαρμογή μηχανισμού ο οποίος θα παρέχει στα υποκείμενα των δεδομένων τη δυνατότητα να ελέγχουν το προφίλ τους, συμπεριλαμβανομένων λεπτομερειών σχετικά με τις πληροφορίες και τις πηγές που χρησιμοποιήθηκαν για την κατάρτισή του. Το υποκείμενο των δεδομένων θα πρέπει να είναι σε θέση να πληροφορηθεί την ταυτότητα του στοχεύοντος φορέα, οι δε υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να διευκολύνουν την πρόσβαση σε πληροφορίες σχετικά με τη στόχευση, συμπεριλαμβανομένων των κριτηρίων στόχευσης που χρησιμοποιήθηκαν, καθώς και στις λοιπές πληροφορίες που απαιτούνται από το άρθρο 15 του ΓΚΠΔ⁹⁷.
102. Όσον αφορά το είδος πρόσβασης που πρέπει να παρέχεται στα υποκείμενα των δεδομένων, στην αιτιολογική σκέψη 63 επισημαίνεται ότι «[ο] υπεύθυνος επεξεργασίας θα πρέπει να δύναται να παρέχει πρόσβαση εξ αποστάσεως σε ασφαλές σύστημα μέσω του οποίου το υποκείμενο των δεδομένων αποκτά άμεση πρόσβαση στα δεδομένα που το αφορούν». Τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά των παρόχων μέσω κοινωνικής δικτύωσης —το διαδικτυακό περιβάλλον, η ύπαρξη λογαριασμού χρήστη— υποδηλώνουν ότι είναι δυνατόν να παρασχεθεί ευχερώς στο υποκείμενο των δεδομένων εξ αποστάσεως πρόσβαση στα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που το αφορούν,

⁹⁵ Το άρθρο 15 παράγραφοι 1 και 2 του ΓΚΠΔ παραθέτει αναλυτικά τις πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται στο υποκείμενο των δεδομένων που ζητεί πρόσβαση στα δεδομένα που το αφορούν. Το άρθρο 15 παράγραφοι 3 και 4 του ΓΚΠΔ ρυθμίζει το δικαίωμα λήψης αντιγράφου.

⁹⁶ Βλ. κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τη διαφάνεια βάσει του κανονισμού 2016/679, σ. 46.

⁹⁷ Για περισσότερες λεπτομέρειες σχετικά με την ενημέρωση βάσει του άρθρου 15 του ΓΚΠΔ στο πλαίσιο της κατάρτισης προφίλ, βλ. Ομάδα εργασίας του άρθρου 29 για την προστασία δεδομένων, WP 251 αναθ. 01, σ. 20 («Στο άρθρο 15 παρέχεται στο υποκείμενο των δεδομένων το δικαίωμα να αποκτά αναλυτικά στοιχεία σχετικά με τυχόν δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που χρησιμοποιούνται για την κατάρτιση προφίλ, περιλαμβανομένων των κατηγοριών δεδομένων που χρησιμοποιούνται για τη δόμηση ενός προφίλ. Πέραν των γενικών πληροφοριών σχετικά με την επεξεργασία, βάσει του άρθρου 15 παράγραφος 3, ο υπεύθυνος επεξεργασίας έχει καθήκον να καθιστά διαθέσιμα τα δεδομένα που χρησιμοποιούνται ως στοιχεία εισόδου για τη δημιουργία του προφίλ καθώς και να παρέχει τη δυνατότητα πρόσβασης σε πληροφορίες σχετικά με το προφίλ και σε στοιχεία σχετικά με τα τμήματα στα οποία έχει καταταχθεί το υποκείμενο των δεδομένων»). Είναι σημαντικό να προσαρμόζονται οι πληροφορίες αυτές στην ιδιαίτερη κατάσταση του υποκειμένου των δεδομένων, με συμπλήρωση κάθε πληροφορίας που έχει ήδη παρασχεθεί στο πλαίσιο των άρθρων 1 και 14.

σύμφωνα με το άρθρο 15 παράγραφοι 1 και 2 του ΓΚΠΔ. Στην περίπτωση αυτή, η εξ αποστάσεως πρόσβαση μπορεί να θεωρηθεί το πιο «κατάλληλο μέτρο» κατά την έννοια του άρθρου 12 παράγραφος 1 του ΓΚΠΔ, λαμβανομένου επίσης υπόψη του γεγονότος ότι αυτή είναι συνήθης περίπτωση «στις οποίες η πληθώρα των συμμετεχόντων και η πολυπλοκότητα των χρησιμοποιούμενων τεχνολογιών καθιστούν δύσκολο για το υποκείμενο των δεδομένων να γνωρίζει και να κατανοεί αν, από ποιον και για ποιο σκοπό συλλέγονται δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που το αφορούν» (βλ. αιτιολογική σκέψη 58, στην οποία προστίθεται ρητώς ως συγκεκριμένο παράδειγμα η «επιγραμμική διαφήμιση»). Επιπλέον, εφόσον το ζητήσουν, οι χρήστες μέσων κοινωνικής δικτύωσης που στοχεύθηκαν θα πρέπει επίσης να λαμβάνουν αντίγραφο των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που τους αφορούν, σύμφωνα με το άρθρο 15 παράγραφος 3 του ΓΚΠΔ.

103. Σύμφωνα με το άρθρο 15 παράγραφος 1 στοιχείο γ) του ΓΚΠΔ, ο χρήστης έχει ειδικότερα πρόσβαση σε πληροφορίες σχετικά με «τους αποδέκτες ή τις κατηγορίες αποδεκτών στους οποίους κοινολογήθηκαν ή πρόκειται να κοινολογηθούν τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα, ιδίως τους αποδέκτες σε τρίτες χώρες ή διεθνείς οργανισμούς». Σύμφωνα με το άρθρο 4 σημείο 9 του ΓΚΠΔ, ως «αποδέκτης» νοείται το φυσικό ή νομικό πρόσωπο, η δημόσια αρχή, η υπηρεσία ή άλλος φορέας, στα οποία κοινολογούνται τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα, είτε πρόκειται για τρίτον είτε όχι. Ο στοχεύων φορέας δεν θα είναι κατ' ανάγκην ο «αποδέκτης» των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα (βλ. παράδειγμα 1), καθώς τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα ενδέχεται να μην γνωστοποιηθούν σε αυτόν, αλλά θα λαμβάνει στατιστικά στοιχεία των στοχευμένων πελατών σε συγκεντρωτική ή ανωνυμοποιημένη μορφή, π.χ. στο πλαίσιο της εκστρατείας του ή σε επανεξέταση των επιδόσεων αυτής. Παρ' όλα αυτά, στον βαθμό που ο στοχεύων φορέας ενεργεί ως υπεύθυνος επεξεργασίας, πρέπει να προσδιορίζεται ως τέτοιος στον χρήστη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.
104. Παρότι το άρθρο 15 του ΓΚΠΔ δεν μνημονεύεται ρητώς στο άρθρο 26 παράγραφος 1 του ΓΚΠΔ, το γράμμα του άρθρου αυτού παραπέμπει σε όλες τις «ευθύνες για συμμόρφωση» στο πλαίσιο του ΓΚΠΔ, οι οποίες περιλαμβάνουν το άρθρο 15 του ΓΚΠΔ.
105. Προκειμένου να διευκολύνει τα υποκείμενα των δεδομένων στην άσκηση των δικαιωμάτων τους με αποτελεσματικό και εύκολα προσβάσιμο τρόπο, η συμφωνία μεταξύ του παρόχου μέσων κοινωνικής δικτύωσης και του στοχευόντος φορέα μπορεί να ορίζει ενιαίο σημείο επικοινωνίας για τα υποκείμενα των δεδομένων. Οι από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας μπορούν καταρχήν να καθορίζουν ελεύθερα μεταξύ τους ποιος θα είναι υπεύθυνος να αποκρίνεται, και να συμμορφώνονται με τα αιτήματα των υποκειμένων των δεδομένων, αλλά δεν μπορούν να αποκλείσουν τη δυνατότητα των υποκειμένων των δεδομένων να ασκούν τα δικαιώματά τους έναντι και κατά καθενός από τους υπευθύνους επεξεργασίας (άρθρο 26 παράγραφος 3 του ΓΚΠΔ). Επομένως, οι στοχεύοντες φορείς και οι πάροχοι μέσων κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να διασφαλίζουν την ύπαρξη κατάλληλου μηχανισμού ο οποίος παρέχει τη δυνατότητα στα υποκείμενα των δεδομένων να αποκτούν πρόσβαση στα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που τα αφορούν με εύχρηστο τρόπο (συμπεριλαμβανομένων των χρησιμοποιηθέντων κριτηρίων στόχευσης), καθώς και σε όλες τις πληροφορίες που προβλέπονται στο άρθρο 15 του ΓΚΠΔ.

7 ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΥ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ (ΕΑΠΔ)

106. Καταρχήν, πριν από την έναρξη των σχεδιαζόμενων πράξεων στόχευσης, αμφότεροι οι από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να ελέγχουν τον κατάλογο των πράξεων επεξεργασίας που «ενδέχεται να επιφέρει υψηλό κίνδυνο», ο οποίος καταρτίζεται σε εθνικό επίπεδο βάσει του άρθρου 35 παράγραφος 4, και των αιτιολογικών σκέψεων 71, 75 και 91 του ΓΚΠΔ, προκειμένου να καθορισθεί

αν η προβλεπόμενη στόχευση αντιστοιχεί σε οποιοδήποτε από τα είδη των πράξεων επεξεργασίας που υπόκεινται στην απαίτηση διενέργειας ΕΑΠΔ. Προκειμένου να αξιολογηθεί αν οι σχεδιαζόμενες πράξεις στόχευσης «ενδέχεται να επιφέρουν υψηλό κίνδυνο» και αν απαιτείται η διενέργεια ΕΑΠΔ, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη τα κριτήρια που προσδιορίζονται στις κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την ΕΑΠΔ⁹⁸, καθώς και οι κατάλογοι που καταρτίζουν οι εποπτικές αρχές σχετικά με τα είδη των πράξεων επεξεργασίας που υπόκεινται στην απαίτηση διενέργειας εκτίμησης αντικτύπου σχετικά με την προστασία των δεδομένων (βάσει του άρθρου 35 παράγραφος 4).

107. Σε μερικές περιπτώσεις, η φύση του προϊόντος ή της υπηρεσίας που διαφημίζεται, το περιεχόμενο του μηνύματος ή ο τρόπος με τον οποίο παρουσιάζεται η διαφήμιση ενδέχεται να έχουν στα φυσικά πρόσωπα επιπτώσεις των οποίων ο αντίκτυπος πρέπει να εκτιμηθεί περαιτέρω. Αυτό μπορεί να συμβαίνει, για παράδειγμα, όταν τα προϊόντα στοχεύουν ευάλωτα άτομα. Πρόσθετοι κίνδυνοι ενδέχεται να ανακύπτουν ανάλογα με τους σκοπούς της διαφημιστικής εκστρατείας και του βαθμού αδιακρισίας της ή εάν η στόχευση περιλαμβάνει την επεξεργασία παρατηρούμενων, συναγόμενων ή παράγωγων δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.
108. Επιπλέον των υποχρεώσεων που μνημονεύονται ρητώς στο άρθρο 26 παράγραφος 1 του ΓΚΠΔ, οι από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη και άλλες υποχρεώσεις, όταν καθορίζουν τις αντίστοιχες υποχρεώσεις τους. Όπως επισημαίνεται στις κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ για την ΕΑΠΔ, «[σ]ε πράξη επεξεργασίας στην οποία συμπράττουν από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας, πρέπει να προσδιορίζονται επακριβώς οι υποχρεώσεις που αντιστοιχούν στον καθένα».
109. Ως εκ τούτου, αμφότεροι οι από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας πρέπει να αξιολογήσουν αν απαιτείται η διενέργεια ΕΑΠΔ. Εάν η διενέργεια της ΕΑΠΔ είναι αναγκαία, είναι αμφότεροι υπεύθυνοι να εκπληρώσουν την υποχρέωση αυτή. Το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι η ΕΑΠΔ θα πρέπει να αφορά το σύνολο της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και τούτο σημαίνει ότι, καταρχήν, αμφότεροι οι από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας πρέπει να λάβουν μέρος στη διενέργεια της ΕΑΠΔ. Στο πλαίσιο αυτό, αμφότεροι οι υπεύθυνοι επεξεργασίας πρέπει να διασφαλίζουν ότι διαθέτουν επαρκές επίπεδο πληροφοριών σχετικά με την επεξεργασία για να διενεργήσουν την απαιτούμενη ΕΑΠΔ⁹⁹. Αυτό συνεπάγεται ότι «[κ]άθε υπεύθυνος επεξεργασίας θα πρέπει να διατυπώνει τις ανάγκες του και να ανταλλάσσει χρήσιμες πληροφορίες χωρίς να θέτει σε κίνδυνο απόρρητες πληροφορίες (π.χ. προστασία εμπορικού απορρήτου, διανοητικής ιδιοκτησίας, εμπιστευτικών επιχειρηματικών πληροφοριών) ούτε να γνωστοποιεί τρωτά σημεία»¹⁰⁰.
110. Στην πράξη, οι από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας μπορούν να αποφασίσουν ότι ένας εξ αυτών θα αναλάβει το καθήκον διενέργειας της ΕΑΠΔ. Αυτό θα πρέπει να προσδιορίζεται στην κοινή συμφωνία, με την επιφύλαξη της ύπαρξης από κοινού ευθύνης. Πράγματι, ένας από τους από κοινού υπευθύνους της επεξεργασίας μπορεί να είναι σε καλύτερη θέση για να εκτιμήσει ορισμένες πράξεις επεξεργασίας. Για παράδειγμα, ανάλογα με το πλαίσιο, αυτός ο υπεύθυνος επεξεργασίας μπορεί να είναι εκείνος που ασκεί μεγαλύτερο βαθμό ελέγχου ή έχει περισσότερες γνώσεις σχετικά με τη

⁹⁸ Βλ. ΕΣΠΔ, Κατευθυντήριες γραμμές για την εκτίμηση του αντικτύπου σχετικά με την προστασία δεδομένων (ΕΑΠΔ) και καθορισμός του κατά πόσον η επεξεργασία «ενδέχεται να επιφέρει υψηλό κίνδυνο» για τους σκοπούς του κανονισμού 2016/679, WP 248 αναθ. 01.

⁹⁹ Το ΕΣΠΔ επαναλαμβάνει ότι δεν απαιτείται η διενέργεια ΕΑΠΔ όταν η φύση, το πεδίο εφαρμογής, το πλαίσιο και οι σκοποί της επεξεργασίας παρουσιάζουν πολλές ομοιότητες με εκείνους της επεξεργασίας για την οποία έχει διενεργηθεί ΕΑΠΔ. Στις εν λόγω περιπτώσεις, μπορούν να χρησιμοποιούνται τα αποτελέσματα της ΕΑΠΔ στις παρόμοιες επεξεργασίες, βλ. επίσης Ομάδα εργασίας του άρθρου 29 για την προστασία δεδομένων, Κατευθυντήριες γραμμές για την εκτίμηση αντικτύπου σχετικά με την προστασία των δεδομένων (ΕΑΠΔ) και καθορισμός του κατά πόσον η επεξεργασία «ενδέχεται να επιφέρει υψηλό κίνδυνο» για τους σκοπούς του κανονισμού 2016/679, WP 248 αναθ. 01, σ. 15-16.

¹⁰⁰ Ο.π., σ. 9.

διαδικασία στόχευσης, και ειδικότερα σχετικά με το νωτιαίο άκρο του χρησιμοποιούμενου συστήματος ή τον τρόπο επεξεργασίας.

111. Κάθε ΕΑΠΔ πρέπει να περιλαμβάνει προβλεπόμενα μέτρα αντιμετώπισης των κινδύνων, περιλαμβανομένων των εγγυήσεων, των μέτρων και μηχανισμών ασφάλειας, ώστε να διασφαλίζεται η προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και να αποδεικνύεται η συμμόρφωση προς τον ΓΚΠΔ, λαμβάνοντας υπόψη τα δικαιώματα και τα έννομα συμφέροντα των υποκειμένων των δεδομένων και άλλων ενδιαφερόμενων προσώπων. Εάν οι εντοπισθέντες κίνδυνοι δεν μπορούν να αντιμετωπιστούν επαρκώς (ήτοι ο υπολειπόμενος κίνδυνος παραμένει υψηλός), καθένας από τους από κοινού υπευθύνους επεξεργασίας είναι υπεύθυνος να διασφαλίζει προηγούμενη διαβούλευση με τις αρμόδιες εποπτικές αρχές. Εάν η στόχευση θα αντιβαίνει στον ΓΚΠΔ, ιδίως επειδή οι κίνδυνοι δεν προσδιορίστηκαν ή δεν αντισταθμίστηκαν επαρκώς, η στόχευση δεν θα πρέπει να πραγματοποιηθεί.

Παράδειγμα 9:

Το πολιτικό κόμμα «Letschangetheworld» επιθυμεί να παροτρύνει τους χρήστες μέσω κοινωνικής δικτύωσης να ψηφίσουν υπέρ συγκεκριμένου πολιτικού υποψηφίου στις προσεχείς εκλογές. Επιθυμεί να στοχεύσει ηλικιωμένους που ζουν σε αγροτικές περιοχές της χώρας, οι οποίοι πηγαίνουν τακτικά στην εκκλησία και δεν έχουν ταξιδέψει στο εξωτερικό τα δύο τελευταία έτη.

112. Υφίσταται από κοινού ευθύνη επεξεργασίας της πλατφόρμας του μέσου κοινωνικής δικτύωσης και του πολιτικού κόμματος για την αντιστοίχιση του προφίλ και την προβολή της στοχευμένης διαφήμισης. Η εκτίμηση του αν απαιτείται η διενέργεια ΕΑΠΔ πρέπει να πραγματοποιηθεί τόσο από το πολιτικό κόμμα Letschangetheworld όσο και από την πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης. Πράγματι, στο παράδειγμα αυτό, έχουν αμφότεροι επαρκή γνώση των κριτηρίων που χρησιμοποιούνται για τη στόχευση των προσώπων, ώστε να μπορούν να αντιληφθούν ότι η επεξεργασία ενδέχεται να επιφέρει υψηλό κίνδυνο.
113. Εάν η ΕΑΠΔ είναι αναγκαία, η κοινή συμφωνία θα πρέπει να εξετάζει το ζήτημα του τρόπου με τον οποίο θα πρέπει να διενεργηθεί από τους υπευθύνους επεξεργασίας και να διασφαλίζει την πραγματοποίηση της σχετικής ανταλλαγής γνώσεων. Στο παράδειγμα αυτό, η πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης ενδέχεται να είναι σε καλύτερη θέση για να εκτιμήσει ορισμένες πράξεις επεξεργασίας, στο μέτρο που το πολιτικό κόμμα επιλέγει μόνον γενικά κριτήρια στόχευσης.

8 ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

8.1 Τι συνιστά ειδική κατηγορία δεδομένων

114. Ο ΓΚΠΔ παρέχει ειδική προστασία σε δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα τα οποία είναι ιδιαίτερα ευαίσθητα σε σχέση με τα θεμελιώδη δικαιώματα και τις ελευθερίες των φυσικών προσώπων. Τα δεδομένα αυτά ορίζονται στο άρθρο 9 του ΓΚΠΔ ως ειδικές κατηγορίες δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και περιλαμβάνουν βιομετρικά δεδομένα καθώς και δεδομένα σχετικά με την υγεία, τη φυλετική ή εθνοτική καταγωγή, τις θρησκευτικές ή φιλοσοφικές πεποιθήσεις, τη συμμετοχή σε συνδικαλιστική οργάνωση, τα πολιτικά φρονήματα, τη σεξουαλική ζωή ή τον γενετήσιο προσανατολισμό του φυσικού προσώπου.
115. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας μπορούν να επεξεργάζονται ειδικές κατηγορίες δεδομένων, μόνον εφόσον πληρούται κάποια από τις προϋποθέσεις που καθορίζονται στο άρθρο 9 παράγραφος 2 του

ΓΚΠΔ, όπως η εξασφάλιση της ρητής συγκατάθεσης του υποκειμένου των δεδομένων ή η πρόδηλη δημοσιοποίηση των δεδομένων από το υποκείμενο των δεδομένων. Επιπλέον των προϋποθέσεων του άρθρου 9 του ΓΚΠΔ, η επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα πρέπει να στηρίζεται σε νομική βάση προβλεπόμενη στο άρθρο 6 του ΓΚΠΔ και να διενεργείται σύμφωνα με τις θεμελιώδεις αρχές που προβλέπονται στο άρθρο 5 του ΓΚΠΔ.

116. Επιπλέον, η επεξεργασία ειδικών κατηγοριών δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα έχει σημασία όταν αξιολογούνται τα κατάλληλα μέτρα σύμφωνα με τα άρθρα 24, 25, 28 και 32 του ΓΚΠΔ, αλλά και προκειμένου να καθοριστεί αν πρέπει να διενεργηθεί ΕΑΠΔ σύμφωνα με το άρθρο 35 του ΓΚΠΔ και αν πρέπει να διοριστεί υπεύθυνος προστασίας δεδομένων βάσει του άρθρου 37 του ΓΚΠΔ.
117. Στο πλαίσιο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της στόχευσης, πρέπει να καθοριστεί αν η επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα περιλαμβάνει «ειδικές κατηγορίες δεδομένων» και αν τα δεδομένα αυτά υποβάλλονται σε επεξεργασία από τον πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τον στοχεύοντα φορέα ή αμφοτέρους. Εάν υποβάλλονται σε επεξεργασία ειδικές κατηγορίες δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, πρέπει να καθοριστεί αν, και υπό ποιες προϋποθέσεις, ο πάροχος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ο στοχεύων φορέας μπορούν να επεξεργαστούν νομίμως τα δεδομένα αυτά.
118. Εάν επεξεργάζεται την ειδική κατηγορία δεδομένων για σκοπούς στόχευσης, ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να αναζητήσει νομική βάση για την επεξεργασία στο άρθρο 6 του ΓΚΠΔ και να επικαλεστεί εξαίρεση προβλεπόμενη στο άρθρο 9 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ, όπως ρητή συγκατάθεση σύμφωνα με το άρθρο 9 παράγραφος 2 στοιχείο α) του ΓΚΠΔ. Εάν στοχεύων φορέας προσλάβει πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ζητήσει από αυτόν να στοχεύει χρήστες βάσει της ειδικής αυτής κατηγορίας δεδομένων, ο στοχεύων φορέας θα είναι από κοινού υπεύθυνος με τον πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την επεξεργασία της ειδικής κατηγορίας δεδομένων.
119. Στη νομική ανάλυση που ακολουθεί θα εξεταστούν διάφορες καταστάσεις στις οποίες μπορεί να πραγματοποιηθεί η επεξεργασία αυτή, καθώς και οι σχετικές νομικές συνέπειες.

8.1.1 Ρητές ειδικές κατηγορίες δεδομένων

120. Ενίοτε, τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που υποβάλλονται σε επεξεργασία εμπίπτουν σαφώς στον ορισμό των ειδικών κατηγοριών δεδομένων, π.χ. στην περίπτωση που ένα πρόσωπο δηλώνει άμεσα ότι είναι μέλος συγκεκριμένου πολιτικού κόμματος ή συγκεκριμένης θρησκευτικής οργάνωσης.

Παράδειγμα 10:

Η κ. Flora δηλώνει ρητά στο προφίλ της σε μέσο κοινωνικής δικτύωσης ότι είναι μέλος του πολιτικού κόμματος GreenestPlanet. Η περιβαλλοντική οργάνωση «Long live the Earth» επιθυμεί να στοχεύσει χρήστες μέσων κοινωνικής δικτύωσης που είναι μέλη του πολιτικού κόμματος GreenestPlanet, προκειμένου να τους αποστείλει στοχευμένα μηνύματα.

121. Στο παράρτημα 10, ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης και η περιβαλλοντική οργάνωση ενεργούν ως από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας¹⁰¹. Στο μέτρο που η περιβαλλοντική οργάνωση ζητεί από τον πάροχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης να στοχεύσει χρήστες βάσει των πολιτικών φρονημάτων τους, αμφότεροι οι υπεύθυνοι επεξεργασίας συμμετέχουν στην επεξεργασία ειδικών κατηγοριών δεδομένων που ορίζονται στο άρθρο 9 του ΓΚΠΔ. Καταρχήν, η επεξεργασία των δεδομένων αυτών απαγορεύεται σύμφωνα με το άρθρο 9 παράγραφος 1. Ως εκ τούτου, τόσο ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης όσο και η περιβαλλοντική οργάνωση πρέπει να είναι σε θέση

¹⁰¹ Βλ. ανάλυση στην ενότητα 5.2.1.

να επικαλεστούν κάποια από τις εξαιρέσεις του άρθρου 9 παράγραφος 2 για τη σχετική επεξεργασία. Επιπλέον, πρέπει να μπορούν αμφότεροι να βασιστούν σε νομική βάση κατά το άρθρο 6. Από τις εξαιρέσεις που προβλέπονται στο άρθρο 9 παράγραφος 2, φαίνεται ότι οι μόνες που μπορούν να εφαρμοστούν στην περίπτωση αυτή θα είναι η εξασφάλιση της ρητής συγκατάθεσης του υποκειμένου των δεδομένων βάσει του άρθρου 9 παράγραφος 2 στοιχείο α) του ΓΚΠΔ ή η πρόδηλη δημοσιοποίηση των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από την κ. Flora βάσει του άρθρου 9 παράγραφος 2 στοιχείο ε) του ΓΚΠΔ.

8.1.2 Συναγόμενα δεδομένα και συνδυασμένες ειδικές κατηγορίες δεδομένων

122. Υποθέσεις ή συμπεράσματα όσον αφορά δεδομένα ειδικής κατηγορίας, για παράδειγμα, ότι ένα πρόσωπο είναι πιθανό να ψηφίσει συγκεκριμένο κόμμα, κατόπιν επίσκεψης σε σελίδα που προασπίζεται φιλελεύθερες απόψεις, θα συνιστά επίσης ειδική κατηγορία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Ομοίως, όπως επισήμανε στο παρελθόν το ΕΣΠΔ, «[η] κατάρτιση προφίλ μπορεί να δημιουργήσει δεδομένα ειδικών κατηγοριών διά της συναγωγής από δεδομένα που δεν ανήκουν σε ειδική κατηγορία καθαυτά, αλλά τα οποία καθίστανται δεδομένα ειδικών κατηγοριών όταν συνδυάζονται με άλλα δεδομένα. παράδειγμα, μπορεί να είναι εφικτή η συναγωγή της κατάστασης της υγείας ενός φυσικού προσώπου από τα αρχεία των αγορών τροφίμων που πραγματοποιεί σε συνδυασμό με δεδομένα σχετικά με την ποιότητα και την ενέργεια που περιέχεται στα τρόφιμα».¹⁰²
123. Για παράδειγμα, η επεξεργασία μιας δήλωσης και μόνον ή ενός μεμονωμένου δεδομένου τοποθεσίας ή άλλου παρόμοιου δεδομένου που αποκαλύπτει ότι ο χρήστης επισκέφτηκε (είτε άπαξ είτε μερικές φορές) έναν τόπο τον οποίο επισκέπτονται συνήθως άτομα με ορισμένες θρησκευτικές πεποιθήσεις δεν θα θεωρηθεί γενικά καθεαυτήν επεξεργασία ειδικών κατηγοριών δεδομένων. Ωστόσο, μπορεί να θεωρηθεί επεξεργασία ειδικών κατηγοριών δεδομένων, εάν τα δεδομένα αυτά συνδυάζονται με άλλα δεδομένα ή λόγω του πλαισίου εντός του οποίου πραγματοποιείται η επεξεργασία των δεδομένων ή των σκοπών για τους οποίους χρησιμοποιούνται τα δεδομένα.

Παράδειγμα 11:

Το προφίλ στον λογαριασμό του κ. Novak σε μέσο κοινωνικής δικτύωσης αποκαλύπτει μόνον γενικές πληροφορίες, όπως το όνομα και τον τόπο κατοικίας του, αλλά επικαιροποίηση της κατάστασής του αποκαλύπτει ότι επισκέφθηκε συχνά την εκκλησία City Church, όπου παρέστη στη λειτουργία. Αργότερα, η City Church επιθυμεί να στοχεύσει τους επισκέπτες της με θρησκευτικά μηνύματα, προκειμένου να παροτρύνει χριστιανούς να γίνουν μέλη της εκκλησίας. Υπό τις περιστάσεις αυτές, η χρήση των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στην επικαιροποίηση της κατάστασης του κ. Novak για τέτοιου είδους σκοπό στόχευσης ισοδυναμεί με επεξεργασία ειδικών κατηγοριών δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.

124. Εάν πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης ή στοχεύων φορέας χρησιμοποιεί παρατηρούμενα δεδομένα για να κατατάξει τους χρήστες σε κατηγορίες λόγω συγκεκριμένων θρησκευτικών, φιλοσοφικών ή πολιτικών πεποιθήσεων —ανεξάρτητα από το αν η κατηγοριοποίηση είναι ορθή/αληθής ή όχι— αυτή η κατηγοριοποίηση του χρήστη πρέπει προφανώς να θεωρηθεί επεξεργασία ειδικής κατηγορίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στο πλαίσιο αυτό. Εφόσον η κατηγοριοποίηση καθιστά δυνατή τη στόχευση βάσει ειδικής κατηγορίας δεδομένων, η ονομασία της κατηγορίας δεν έχει σημασία.

Παράδειγμα 12:

¹⁰² Ομάδα εργασίας του άρθρου 29 για την προστασία δεδομένων, Κατευθυντήριες γραμμές για την αυτοματοποιημένη λήψη αποφάσεων και την κατάρτιση προφίλ για τους σκοπούς του κανονισμού 2016/679, WP 251 αναθ. 01, σ. 18.

Ο κ. Sifuentes παρέχει πληροφορίες στο προφίλ του σε μέσο κοινωνικής δικτύωσης με τη μορφή τακτικών επικαιροποιήσεων της κατάστασής του, κοινοποιήσεων παρουσίας κ.λπ., οι οποίες υποδεικνύουν ότι συμμετέχει τακτικά σε δραστηριότητες τις οποίες οργανώνει το «Mind, Body and Spirit Movement». Παρότι δεν παρέχεται καμία ρητή δήλωση σχετικά με φιλοσοφικές πεποιθήσεις, όλες οι επικαιροποιήσεις, οι επιλογές «Μου αρέσει!», οι κοινοποιήσεις παρουσίας και παρόμοια δεδομένα που παρέχει ο χρήστης υποδεικνύουν, όταν συνδυαστούν, ότι ο κ. Sifuentes έχει συγκεκριμένες φιλοσοφικές πεποιθήσεις.

Παράδειγμα 13:

Πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιεί πληροφορίες τις οποίες παρείχε ενεργά η κ. Allgrove στη σελίδα του προφίλ της σε μέσο κοινωνικής δικτύωσης σχετικά με την ηλικία, τα ενδιαφέροντα και τη διεύθυνσή της και τις συνδυάζει με παρατηρούμενα δεδομένα σχετικά με τους δικτυακούς τόπους που έχει επισκεφτεί και τις επιλογές «Μου αρέσει!» που έχει κάνει στην πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης. Ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιεί τα δεδομένα για να συναγάγει ότι η κ. Allgrove υποστηρίζει αριστερές προοδευτικές πολιτικές, και την κατατάσσει στην κατηγορία στόχευσης «ενδιαφέρον για αριστερές προοδευτικές πολιτικές», καθιστά δε την κατηγορία αυτή διαθέσιμη σε στοχεύοντες φορείς για στοχευμένη διαφήμιση.

125. Στο παράρτημα 12, το εύρος των πληροφοριών και η έλλειψη μέτρων πρόληψης της στόχευσης βάσει ειδικής κατηγορίας δεδομένων συνεπάγονται ότι πραγματοποιείται επεξεργασία ειδικών κατηγοριών δεδομένων. Ωστόσο, το γεγονός και μόνον ότι πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης επεξεργάζεται μεγάλες ποσότητες δεδομένων οι οποίες θα μπορούσαν δυνητικά να χρησιμοποιηθούν για την εξαγωγή συμπερασμάτων για ειδικές κατηγορίες δεδομένων δεν σημαίνει αυτομάτως ότι η επεξεργασία εμπίπτει στο άρθρο 9 του ΓΚΠΔ. Το άρθρο 9 δεν εφαρμόζεται, εάν η επεξεργασία του παρόχου μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν συνεπάγεται την εξαγωγή συμπερασμάτων για ειδικές κατηγορίες δεδομένων, και εάν ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης έλαβε μέτρα για να αποφύγει να συναχθούν ή να χρησιμοποιηθούν για στόχευση τέτοια δεδομένα. Εν πάση περιπτώσει, η επεξεργασία μεγάλων ποσοτήτων δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σχετικών με τους χρήστες μπορεί να συνεπάγεται συγκεκριμένους κινδύνους για τα δικαιώματα και τις ελευθερίες των φυσικών προσώπων, οι οποίοι πρέπει να αντιμετωπίζονται με την εφαρμογή κατάλληλων μέτρων ασφάλειας, όπως προβλέπεται στο άρθρο 32 του ΓΚΠΔ, καθώς και με τη συνεκτίμηση του αποτελέσματος της ΕΑΠΔ, που πρέπει να διενεργείται βάσει του άρθρου 35 του ΓΚΠΔ.
126. Στο παράδειγμα 13, η προσφορά, καθώς και η χρήση της κατηγορίας στόχευσης «ενδιαφέρον για αριστερές προοδευτικές πολιτικές» ισοδυναμεί με επεξεργασία ειδικών κατηγοριών δεδομένων, καθώς η κατηγορία αυτή θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ευχερώς ως μέσο για τη στόχευση προσώπων που έχουν αριστερές προοδευτικές πολιτικές πεποιθήσεις. Αποδίδοντας συναγόμενα πολιτικά φρονήματα σε χρήστη, ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης επεξεργάζεται ειδικές κατηγορίες δεδομένων. Για τον σκοπό του άρθρου 9 του ΓΚΠΔ, δεν έχει σημασία αν ο χρήστης υποστηρίζει όντως αριστερές προοδευτικές πολιτικές. Ούτε ασκεί επιρροή το γεγονός ότι η κατηγορία στόχευσης έχει την ονομασία «ενδιαφέρον για...» και όχι «υποστηρικτής...», δεδομένου ότι ο χρήστης κατατάσσεται στην κατηγορία στόχευσης βάσει συναγόμενων πολιτικών ενδιαφερόντων.

Παράδειγμα 14:

Ο κ. Svenson έκανε ένα τεστ επαγγελματικής κατεύθυνσης, συμπεριλαμβανομένης ψυχολογικής αξιολόγησης, το οποίο κατάρτισε η εταιρεία «YourPerfectJob», διατίθεται σε πλατφόρμα μέσου κοινωνικής δικτύωσης και χρησιμοποιεί τη διεπαφή προγραμματισμού εφαρμογών (API), που

παρέχει ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης. Η YourPerfectJob συλλέγει δεδομένα σχετικά με την εκπαίδευση, την επαγγελματική κατάσταση, την ηλικία, τα ενδιαφέροντα, τις αναρτήσεις, τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και τις συνδέσεις του κ. Svenson. Η YourPerfectJob λαμβάνει τα δεδομένα μέσω της API σύμφωνα με τις «άδειες» που έδωσε ο κ. Svenson μέσω του λογαριασμού του στο μέσο κοινωνικής δικτύωσης. Δηλωμένος σκοπός της εφαρμογής είναι να προβλέψει την καλύτερη επαγγελματική διαδρομή για έναν συγκεκριμένο χρήστη.

Εν αγνοία, και χωρίς την έγκριση του παρόχου μέσω κοινωνικής δικτύωσης, η YourPerfectJob χρησιμοποιεί τις πληροφορίες αυτές για να συναγάγει διάφορα συμπεράσματα σε προσωπικά ζητήματα, συμπεριλαμβανομένων χαρακτηριστικών της προσωπικότητας, ψυχολογικού προφίλ και πολιτικών πεποιθήσεων του κ. Svenson. Η YourPerfectJob αποφασίζει αργότερα να χρησιμοποιήσει τις πληροφορίες αυτές για να στοχεύσει τον κ. Svenson για λογαριασμό πολιτικού κόμματος, χρησιμοποιώντας τη λειτουργία στόχευσης, βάσει διεύθυνσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, που παρέχει ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης, χωρίς να προσθέσει κανένα άλλο κριτήριο στόχευσης από τα προσφερόμενα από τον πάροχο μέσω κοινωνικής δικτύωσης.

Στο παράδειγμα 14, ο στοχεύων φορέων επεξεργάζεται ειδικές κατηγορίες δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, ενώ ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης δεν πράττει κάτι τέτοιο. Πράγματι, η εκτίμηση και ο προσδιορισμός των πολιτικών πεποιθήσεων του κ. Svenson πραγματοποιούνται χωρίς τη συμμετοχή του παρόχου μέσω κοινωνικής δικτύωσης¹⁰³. Η στόχευση του παραδείγματος 14, πέραν του ότι εμπίπτει στη γενική απαγόρευση του άρθρου 9 του ΓΚΠΔ, συνιστά επίσης παράβαση των απαιτήσεων περί αντικειμενικότητας, διαφάνειας και περιορισμού του σκοπού. Πράγματι, ο κ. Svenson δεν ενημερώθηκε καταλλήλως για το γεγονός ότι τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που τον αφορούν θα υποβληθούν σε επεξεργασία για πολιτική στόχευση, η οποία, επιπλέον, δεν φαίνεται συμβατή με τεστ επαγγελματικής κατεύθυνσης.

127. Παρότι οι δραστηριότητες επεξεργασίας του παρόχου μέσω κοινωνικής δικτύωσης, στο παράδειγμα 14, δεν ισοδυναμούν με επεξεργασία ειδικών κατηγοριών δεδομένων κατά την έννοια του άρθρου 9 του ΓΚΠΔ, ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης ευθύνεται για την ενσωμάτωση των αναγκαίων εγγυήσεων στην επεξεργασία, προκειμένου να πληρούνται οι απαιτήσεις του ΓΚΠΔ και να προστατεύονται τα δικαιώματα των υποκειμένων των δεδομένων, σύμφωνα με τα άρθρα 24 και 25 του ΓΚΠΔ.

8.2 Η εξαίρεση του άρθρου 9 παράγραφος 2 για τις ειδικές κατηγορίες δεδομένων που έχουν προδήλως δημοσιοποιηθεί

128. Το άρθρο 9 παράγραφος 2 στοιχείο ε) του ΓΚΠΔ επιτρέπει την επεξεργασία ειδικών κατηγοριών δεδομένων σε περιπτώσεις στις οποίες τα δεδομένα έχουν προδήλως δημοσιοποιηθεί από το

¹⁰³ Στο παράδειγμα 14, δεν υφίσταται από κοινού ευθύνη επεξεργασίας του παρόχου μέσω κοινωνικής δικτύωσης και της YourPerfectJob κατά τον χρόνο συλλογής των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, καθώς αυτοί δεν καθορίζουν από κοινού τους σκοπούς της συλλογής και της μεταγενέστερης ή περαιτέρω επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για τους σκοπούς της Yourperfectjob στο στάδιο αυτό της επεξεργασίας. Το ΕΣΠΔ επιθυμεί να υπενθυμίσει ότι η ανάλυση των ρόλων και των αρμοδιοτήτων πρέπει να διενεργείται κατά περίπτωση και ότι το συμπέρασμα σε αυτό το συγκεκριμένο παράδειγμα διατυπώνεται με την επιφύλαξη τυχόν περαιτέρω εργασιών του ΕΣΠΔ σχετικά με τις API. Βεβαίως, η κατάσταση θα ήταν διαφορετική, εάν, επιπλέον της διάθεσης των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης συμμετείχε επίσης στον καθορισμό του σκοπού που επιδιώκει η YourPerfectJob. Εν πάση περιπτώσει, εξακολουθεί να υφίσταται από κοινού ευθύνη επεξεργασίας του στοχεύοντος φορέα και του παρόχου μέσω κοινωνικής δικτύωσης όσον αφορά τη χρήση στόχευσης βάσει καταλόγου.

υποκείμενο των δεδομένων. Ο όρος «προδήλως» υποδηλώνει ότι το επίπεδο απόδειξης για την επίκληση της εξαίρεσης αυτής πρέπει να είναι υψηλό. Το ΕΣΠΔ επισημαίνει ότι η ύπαρξη ενός μόνον στοιχείου μπορεί να μην επαρκεί πάντοτε προκειμένου να αποδειχθεί ότι τα δεδομένα δημοσιοποιήθηκαν «προδήλως» από το υποκείμενο των δεδομένων. Στην πράξη, μπορεί να πρέπει να ληφθεί υπόψη συνδυασμός των ακόλουθων στοιχείων ή άλλων στοιχείων, προκειμένου οι υπεύθυνοι επεξεργασίας να αποδείξουν ότι το υποκείμενο των δεδομένων εκδήλωσε σαφώς την πρόθεση να δημοσιοποιήσει τα δεδομένα, και απαιτείται κατά περίπτωση εκτίμηση. Τα ακόλουθα στοιχεία μπορεί να είναι χρήσιμα για την εκτίμηση αυτή:

i) οι εξ ορισμού ρυθμίσεις της πλατφόρμας του μέσου κοινωνικής δικτύωσης (ήτοι αν το υποκείμενο των δεδομένων προέβη σε συγκεκριμένη ενέργεια για να αλλάξει αυτές τις εξ ορισμού ιδιωτικές ρυθμίσεις σε δημόσιες)· ή

ii) η φύση της πλατφόρμας του μέσου κοινωνικής δικτύωσης (ήτοι αν η πλατφόρμα αυτή συνδέεται εγγενώς με την ιδέα της σύνδεσης με πρόσωπα που γνωρίζει καλά το υποκείμενο των δεδομένων ή της δημιουργίας προσωπικών σχέσεων, όπως οι πλατφόρμες διαδικτυακών γνωριμιών) ή αν η πλατφόρμα προορίζεται να παρέχει ένα ευρύτερο πλαίσιο διαπροσωπικών σχέσεων, όπως επαγγελματικές σχέσεις, μικροϊστολόγιο, κοινή χρήση μέσων επικοινωνίας, πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης για την ανταλλαγή διαδικτυακών αξιολογήσεων κ.λπ.· ή

iii) η προσβασιμότητα της σελίδας στην οποία δημοσιεύονται τα ευαίσθητα δεδομένα (ήτοι αν οι πληροφορίες είναι δημόσια προσβάσιμες ή αν, για παράδειγμα, απαιτείται η δημιουργία λογαριασμού για την πρόσβαση στις πληροφορίες)· ή

iv) η ορατότητα της πληροφορίας με την οποία το υποκείμενο ενημερώνεται για τον δημόσιο χαρακτήρα των πληροφοριών που δημοσιεύει (ήτοι αν υπάρχει, για παράδειγμα, συνεχές πλαίσιο στη σελίδα ή αν η επιλογή δημοσίευσης ενημερώνει το υποκείμενο των δεδομένων ότι οι πληροφορίες θα δημοσιοποιηθούν κ.λπ.)· ή

v) αν το υποκείμενο των δεδομένων δημοσίευσε τα ευαίσθητα δεδομένα το ίδιο ή αν, αντιθέτως, τα δεδομένα δημοσίευσε τρίτος (π.χ. φωτογραφία που δημοσίευσε φίλος, η οποία αποκαλύπτει ευαίσθητα δεδομένα) ή τα δεδομένα συνάγονται.

129. Το ΕΣΠΔ επισημαίνει ότι η ύπαρξη ενός μόνον στοιχείου μπορεί να μην επαρκεί πάντοτε προκειμένου να αποδειχθεί ότι τα δεδομένα δημοσιοποιήθηκαν «προδήλως» από το υποκείμενο των δεδομένων. Στην πράξη, μπορεί να πρέπει να ληφθεί υπόψη συνδυασμός των στοιχείων αυτών, ή άλλων στοιχείων, προκειμένου οι υπεύθυνοι επεξεργασίας να αποδείξουν ότι το υποκείμενο των δεδομένων εκδήλωσε σαφώς την πρόθεση να δημοσιοποιήσει τα δεδομένα.

Παράδειγμα 15:

Ο κ. Jansen δημιούργησε λογαριασμό σε πλατφόρμα μέσου κοινωνικής δικτύωσης για μικροϊστολόγιο. Κατά τη συμπλήρωση του προφίλ του, ανέφερε ότι είναι ομοφυλόφιλος. Καθώς είναι συντηρητικός, επέλεξε να γίνει μέλος σε συντηρητικές ομάδες, γνωρίζοντας ότι ενημερώθηκε κατά την εγγραφή του ότι τα μηνύματα που ανταλλάσσει στην πλατφόρμα είναι δημόσια. Συντηρητικό πολιτικό κόμμα επιθυμεί να στοχεύσει άτομα τα οποία έχουν τις ίδιες πολιτικές πεποιθήσεις και τον ίδιο γενετήσιο προσανατολισμό όπως ο κ. Jansen χρησιμοποιώντας τα εργαλεία στόχευσης του μέσου κοινωνικής δικτύωσης.

130. Καθώς ο γενετήσιος προσανατολισμός των μελών είναι εξ ορισμού «ιδιωτικού» χαρακτήρα πληροφορία και ο κ. Jansen δεν προέβη σε κάποια ενέργεια για να τη δημοσιοποιήσει, δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι δημοσιοποιήθηκε προδήλως. Επιπλέον, τα δεδομένα που αφορούν τις πολιτικές πεποιθήσεις του δεν δημοσιοποιήθηκαν προδήλως παρά i) τη φύση της πλατφόρμας μέσου

κοινωνικής δικτύωσης για μικροϊστολόγια, που προορίζεται για ανταλλαγή πληροφοριών με το ευρύ κοινό, και ii) το γεγονός ότι ο κ. Jansen ενημερώθηκε για τον δημόσιο χαρακτήρα των μηνυμάτων που δημοσιεύει στους χώρους συζητήσεων. Επιπλέον, ο κ. Jansen, παρότι έγινε μέλος σε δημόσιους χώρους συζητήσεων που συνδέονται με τον συντηρητικό χώρο, δεν μπορεί να στοχευθεί βάσει του ευαίσθητου αυτού δεδομένου, επειδή το συμπέρασμα σχετικά με τις πολιτικές πεποιθήσεις του κ. Jansen προέρχεται από την πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης και δεν ήταν συγκεκριμένη πρόθεση του υποκειμένου των δεδομένων να δημοσιοποιήσει προδήλως το δεδομένο αυτό, κατά μείζονα λόγο δεδομένου ότι το συμπέρασμα αυτό μπορεί να αποδειχθεί εσφαλμένο. Επομένως, ο κ. Jansen δεν μπορεί να στοχευθεί βάσει δεδομένων σχετικών με πολιτικές πεποιθήσεις. Με άλλα λόγια, πρέπει να λαμβάνονται υπόψη οι περιστάσεις κάθε συγκεκριμένης περίπτωσης, όταν αξιολογείται αν τα δεδομένα δημοσιοποιήθηκαν προδήλως από το υποκείμενο των δεδομένων¹⁰⁴.

9 ΑΠΟ ΚΟΙΝΟΥ ΕΥΘΥΝΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΕΥΘΥΝΗ

9.1 Συμφωνία από κοινού υπευθύνων επεξεργασίας και καθορισμός αρμοδιοτήτων (άρθρο 26 του ΓΚΠΔ)

131. Το άρθρο 26 παράγραφος 1 του ΓΚΠΔ υποχρεώνει τους από κοινού υπευθύνους επεξεργασίας να καθορίζουν —με διαφανή τρόπο— σε συμφωνία τις αντίστοιχες ευθύνες τους για συμμόρφωση με τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τον ΓΚΠΔ, συμπεριλαμβανομένων, όπως προεκτέθηκε, των απαιτήσεων διαφάνειας.
132. Όσον αφορά το περιεχόμενό της, το ΕΣΠΔ θεωρεί ότι η συμφωνία μεταξύ στοχεύοντος φορέα και παρόχου μέσων κοινωνικής δικτύωσης θα πρέπει να περιλαμβάνει κάθε πράξη επεξεργασίας για την οποία είναι από κοινού υπεύθυνοι (ήτοι οι οποίες τελούν υπό την κοινή ευθύνη τους). Εάν συνάψουν συμφωνία η οποία είναι μόνον επιφανειακή και μη πλήρης, ο στοχεύων φορέας και ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης θα παραβούν τις υποχρεώσεις τους βάσει του άρθρου 26 του ΓΚΠΔ.

Για παράδειγμα, στο παράδειγμα 4, η συμφωνία θα έπρεπε να καλύπτει το σύνολο της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, όταν υφίσταται από κοινού ευθύνη επεξεργασίας, ήτοι από τη συλλογή δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στο πλαίσιο της επίσκεψης του κ. Schmidt στον δικτυακό τόπο «BestBags.com» με εικονοστοιχείο παρακολούθησης έως την προβολή της διαφήμισης στη σελίδα του στο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και την τυχόν αναφορά στοιχείων σχετικών με την εκστρατεία στόχευσης.

133. Τόσο ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης όσο και ο στοχεύων φορέας, προκειμένου να καταρτίσουν συνολική συμφωνία, πρέπει να γνωρίζουν και να διαθέτουν επαρκώς αναλυτικές πληροφορίες σχετικά με τις πραγματοποιούμενες συγκεκριμένες πράξεις επεξεργασίας δεδομένων. Ως εκ τούτου, η συμφωνία μεταξύ του στοχεύοντος φορέα και του παρόχου μέσων κοινωνικής δικτύωσης θα πρέπει να περιέχει (ή να παραπέμπει σε) κάθε αναγκαία πληροφορία, ώστε να παρέχει σε αμφότερα τα μέρη τη δυνατότητα να συμμορφωθούν με τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τον ΓΚΠΔ, συμπεριλαμβανομένης της υποχρέωσης να συμμορφώνονται με τις αρχές του άρθρου 5

¹⁰⁴ Η ομάδα εργασίας του άρθρου 29 διευκρίνισε στη γνώμη σχετικά με ορισμένα βασικά ζητήματα της οδηγίας (ΕΕ) 2016/680 για την επιβολή του νόμου (WP 258, 29/11/2017, σ. 12) ότι η φράση «έχουν προδήλως δημοσιοποιηθεί από το υποκείμενο των δεδομένων» πρέπει να ερμηνεύεται υπό την έννοια ότι το υποκείμενο των δεδομένων γνώριζε ότι τα αντίστοιχα δεδομένα θα δημοσιοποιηθούν, ήτοι στο ευρύ κοινό, μεταξύ άλλων και στις αρχές· ως εκ τούτου, «[σ]ε περίπτωση αμφιβολίας, πρέπει να εφαρμόζεται συσταλτική ερμηνεία...».

παράγραφος 1 του ΓΚΠΔ και της υποχρέωσης να αποδεικνύουν τη συμμόρφωσή τους σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ.

134. Εάν, για παράδειγμα, ο υπεύθυνος επεξεργασίας εξετάζει το ενδεχόμενο να επικαλεστεί ως νομική βάση το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο στ) του ΓΚΠΔ, είναι αναγκαίο, μεταξύ άλλων, να είναι γνωστή η έκταση της επεξεργασίας δεδομένων, προκειμένου να μπορεί να αξιολογηθεί αν τα συμφέροντα ή τα θεμελιώδη δικαιώματα και οι ελευθερίες του υποκειμένου των δεδομένων υπερिशύουν των συμφερόντων του/των υπευθύνου/-ων επεξεργασίας. Ελλείψει επαρκών πληροφοριών σχετικά με την επεξεργασία, η αξιολόγηση αυτή δεν μπορεί να διενεργηθεί. Η σημασία της συμπερίληψης των αναγκαίων πληροφοριών ή της παραπομπής σε αυτές στο πλαίσιο κοινής συμφωνίας δεν πρέπει να υποτιμάται, ιδίως σε καταστάσεις στις οποίες ένα από τα μέλη έχει σχεδόν αποκλειστική γνώση και πρόσβαση στις πληροφορίες που είναι αναγκαίες για τη συμμόρφωση αμφοτέρων των μερών με τον ΓΚΠΔ.

Για παράδειγμα, στο παράδειγμα 1, όταν η εταιρεία X αξιολογεί αν μπορεί να επικαλεστεί το έννομο συμφέρον ως νομική βάση για να στοχεύσει άνδρες ηλικίας από 30 έως 45 ετών οι οποίοι ανέφεραν ότι είναι «ελεύθεροι», είναι αναγκαίο να έχει πρόσβαση σε επαρκείς πληροφορίες σχετικά με την επεξεργασία που διενεργεί η πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης, μεταξύ άλλων, για παράδειγμα, όσον αφορά τα πρόσθετα μέτρα (όπως το δικαίωμα εκ των προτέρων εναντίωσης) τα οποία έχει θεσπίσει η πλατφόρμα, προκειμένου να διασφαλίζεται ότι τα συμφέροντα ή τα θεμελιώδη δικαιώματα και οι ελευθερίες του υποκειμένου των δεδομένων δεν υπερिशύουν των έννομων συμφερόντων της.

135. Προκειμένου να διασφαλίζεται ότι τα δικαιώματα του υποκειμένου των δεδομένων μπορούν να λαμβάνονται αποτελεσματικά υπόψη, το ΕΣΠΔ εκτιμά ότι ο σκοπός της επεξεργασίας και η αντίστοιχη νομική βάση θα πρέπει να αποτυπώνονται επίσης στην κοινή συμφωνία που συνάπτουν ο στοχεύων φορέας και οι πάροχοι μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οι οποίοι είναι από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας. Παρότι ο ΓΚΠΔ δεν αποκλείει να μπορούν οι από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας να χρησιμοποιήσουν διαφορετική νομική βάση για διαφορετικές πράξεις επεξεργασίας τις οποίες εκτελούν, συνιστάται να χρησιμοποιούν, όποτε είναι δυνατόν, την ίδια νομική βάση για ένα συγκεκριμένο εργαλείο στόχευσης και για έναν συγκεκριμένο σκοπό. Πράγματι, εάν κάθε στάδιο της επεξεργασίας βασίζεται σε διαφορετική νομική βάση, η άσκηση των δικαιωμάτων θα καθίσταται πρακτικά αδύνατη για το υποκείμενο των δεδομένων (π.χ. για ένα στάδιο θα υπάρχει δικαίωμα στη φορητότητα των δεδομένων, για άλλο θα υπάρχει δικαίωμα εναντίωσης).
136. Ως υπεύθυνοι επεξεργασίας, ο στοχεύων φορέας και ο πάροχος μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι αμφότεροι υπεύθυνοι να διασφαλίζουν την τήρηση της αρχής του περιορισμού του σκοπού και θα πρέπει, επομένως, να ενσωματώνουν κατάλληλες διατάξεις για τον σκοπό αυτόν στην κοινή συμφωνία.

Για παράδειγμα, εάν ο στοχεύων φορέας επιθυμεί να χρησιμοποιήσει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα τα οποία του παρείχε το υποκείμενο των δεδομένων, προκειμένου να προβεί σε στόχευση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, πρέπει να λάβει κατάλληλα μέτρα ώστε να διασφαλίσει ότι τα δεδομένα που παρασχέθηκαν δεν θα χρησιμοποιηθούν περαιτέρω από τον πάροχο μέσω κοινωνικής δικτύωσης κατά τρόπο ασύμβατο προς τους σκοπούς αυτούς, εκτός εάν έχει εξασφαλιστεί έγκυρη συγκατάθεση του υποκειμένου των δεδομένων βάσει του άρθρου 6 παράγραφος 4 του ΓΚΠΔ.

Στο παράδειγμα 3, η Τράπεζα Χ θα πρέπει να διασφαλίσει ότι στην κοινή συμφωνία με την πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης υπάρχουν κατάλληλες διατάξεις οι οποίες προβλέπουν ότι η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του κ. Lopez δεν θα χρησιμοποιηθεί χωρίς τη συγκατάθεση του κ. Lopez, για σκοπούς διαφορετικούς από τη διαφήμιση προσφορών που συνδέονται με τις τραπεζικές υπηρεσίες που ήδη χρησιμοποιεί.

Ομοίως, ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να διασφαλίσει ότι η χρήση δεδομένων για σκοπούς στόχευσης από στοχεύοντες φορείς συνάδει με τις αρχές του περιορισμού του σκοπού, της διαφάνειας και της νομιμότητας.

137. Άλλες υποχρεώσεις τις οποίες θα πρέπει να λάβουν υπόψη ο στοχεύων φορέας και ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης, στο πλαίσιο της κοινής συμφωνίας τους, είναι οι εξής: άλλες γενικές αρχές προστασίας των δεδομένων οι οποίες προβλέπονται στο άρθρο 5 του ΓΚΠΔ, ασφάλεια της επεξεργασίας, προστασία των δεδομένων ήδη από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού, γνωστοποιήσεις και ανακοινώσεις παραβιάσεων δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, εκτιμήσεις αντικτύπου σχετικά με την προστασία δεδομένων, χρήση εκτελούντων την επεξεργασία και μεταβιβάσεις σε τρίτες χώρες.

Για παράδειγμα, στο παράδειγμα 13, η κοινή συμφωνία θα πρέπει να εξετάζει το ζήτημα του υπευθύνου επεξεργασίας που θα πρέπει να διενεργήσει την ΕΑΠΔ και να διασφαλίσει την πραγματοποίηση της σχετικής ανταλλαγής γνώσεων. Με άλλα λόγια, το πολιτικό κόμμα «Letschangetheworld» θα πρέπει να διασφαλίσει ότι διαθέτει επαρκές επίπεδο πληροφοριών, για παράδειγμα σχετικά με τα μέτρα ασφάλειας που έχει θεσπίσει η πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης, όταν διενεργείται ΕΑΠΔ.

138. Τέλος, η κοινή συμφωνία που συνάπτεται μεταξύ του παρόχου μέσω κοινωνικής δικτύωσης και του στοχεύοντος φορέα πρέπει να περιέχει συγκεκριμένες πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο εκπλήρωσης στην πράξη των υποχρεώσεων που απορρέουν από τον ΓΚΠΔ. Εάν δεν υπάρχει σαφήνεια όσον αφορά τον τρόπο εκπλήρωσης των υποχρεώσεων, ειδικότερα σε σχέση με τα δικαιώματα του υποκειμένου των δεδομένων, θα θεωρηθεί ότι τόσο ο στοχεύων φορέας όσο και ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης ενεργούν κατά παράβαση του άρθρου 26 παράγραφος 1 του ΓΚΠΔ. Επιπλέον, σε τέτοιες περιπτώσεις, αμφότεροι οι (από κοινού) υπεύθυνοι επεξεργασίας δεν θα έχουν εφαρμόσει κατάλληλα τεχνικά και οργανωτικά μέτρα ώστε να διασφαλίσουν, και να μπορούν να αποδείξουν, ότι η επεξεργασία διενεργείται σύμφωνα με τον ΓΚΠΔ και, ως εκ τούτου, θα έχουν παραβεί τις υποχρεώσεις που απορρέουν από το άρθρο 5 παράγραφος 2 και το άρθρο 24.

9.2 Επίπεδα ευθύνης

139. Το ΕΣΠΔ παρατηρεί ότι ο στοχεύων φορέας που επιθυμεί να χρησιμοποιήσει εργαλεία στόχευσης τα οποία παρέχει πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης ενδέχεται να βρεθεί αντιμέτωπος με την υποχρέωση να προσχωρήσει σε προκαθορισμένες συμφωνίες χωρίς καμία δυνατότητα να

διαπραγματευτεί τη συμφωνία ή να επιφέρει τροποποιήσεις σε αυτήν (αδιαπραγμάτευτοι όροι). Το ΕΣΠΔ θεωρεί ότι η κατάσταση αυτή δεν αναιρεί την κοινή ευθύνη του παρόχου μέσω κοινωνικής δικτύωσης και του στοχεύοντος φορέα και δεν μπορεί να απαλλάξει κανένα μέρος από τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τον ΓΚΠΔ. Αμφότερα τα μέρη της κοινής συμφωνίας δεσμεύονται επίσης να διασφαλίζουν ότι η κατανομή αρμοδιοτήτων αντικατοπτρίζει δεόντως τους αντίστοιχους ρόλους και τις σχέσεις έναντι των υποκειμένων των δεδομένων, με πρακτικό, αληθή και διαφανή τρόπο.

140. Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι συμφωνία η οποία συνάπτεται δυνάμει του άρθρου 26 του ΓΚΠΔ δεν μπορεί να υπερισχύσει των νομικών υποχρεώσεων που υπέχει (από κοινού) υπεύθυνος επεξεργασίας. Παρότι, σύμφωνα με το άρθρο 26 του ΓΚΠΔ, οι από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας «καθορίζουν με διαφανή τρόπο τις αντίστοιχες ευθύνες τους για συμμόρφωση» με τον ΓΚΠΔ, κάθε υπεύθυνος επεξεργασίας παραμένει, καταρχήν, υπεύθυνος για τη συμμόρφωση της επεξεργασίας. Αυτό σημαίνει ότι κάθε υπεύθυνος επεξεργασίας είναι —μεταξύ άλλων— υπεύθυνος για τη συμμόρφωση με τις αρχές που καθορίζονται στο άρθρο 5 παράγραφος 1 του ΓΚΠΔ, συμπεριλαμβανομένης της αρχής της νομιμότητας που διατυπώνεται στο άρθρο 5 παράγραφος 1 στοιχείο α) του ΓΚΠΔ.
141. Ωστόσο, ο βαθμός ευθύνης του στοχεύοντος φορέα και του παρόχου μέσω κοινωνικής δικτύωσης σε σχέση με συγκεκριμένες υποχρεώσεις μπορεί να διαφέρει. Στην απόφαση *Wirtschaftsakademie*, το ΔΕΕ αποφάνθηκε ότι «η ύπαρξη από κοινού ευθύνης δεν συνεπάγεται κατ' ανάγκη ότι η ευθύνη την οποία υπέχουν οι διάφοροι φορείς που εμπλέκονται σε μια επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα είναι ισοδύναμη. [...] οι εν λόγω φορείς ενδέχεται να εμπλέκονται σε διαφορετικά στάδια της επεξεργασίας αυτής και σε διαφορετικό βαθμό, με αποτέλεσμα το επίπεδο ευθύνης καθενός από αυτούς να πρέπει να εκτιμάται λαμβανομένων υπόψη όλων των κρίσιμων περιστάσεων της συγκεκριμένης περιπτώσεως». ¹⁰⁵
142. Με άλλα λόγια, παρότι οι από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας ευθύνονται αμφότεροι για τη συμμόρφωση με τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τον ΓΚΠΔ, και παρότι το υποκείμενο των δεδομένων μπορεί να ασκήσει τα δικαιώματά του κατά καθενός από τους από κοινού υπευθύνους επεξεργασίας, το επίπεδο ευθύνης τους πρέπει να εκτιμάται βάσει του πραγματικού ρόλου τους στην επεξεργασία. Στην απόφαση *Google Spain*, το ΔΕΕ διευκρίνισε ότι ο υπεύθυνος επεξεργασίας πρέπει να διασφαλίζει, «στο πλαίσιο των ευθυνών, των ικανοτήτων και των δυνατοτήτων του», ότι η επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα πληροί τις απαιτήσεις της νομοθεσίας της ΕΕ για την προστασία δεδομένων¹⁰⁶.
143. Όταν εκτιμάται το επίπεδο ευθύνης του στοχεύοντος φορέα και των παρόχων μέσω κοινωνικής δικτύωσης, διάφοροι παράγοντες μπορεί να έχουν σημασία, όπως η ικανότητα επηρεασμού της επεξεργασίας σε πρακτικό επίπεδο, καθώς και η πραγματική ή τεκμαιρόμενη γνώση καθενός εκ των από κοινού υπευθύνων επεξεργασίας. Είναι επίσης σημαντικό να αποσαφηνιστούν το στάδιο της επεξεργασίας και η έκταση ή ο βαθμός στον οποίο ο στοχεύων φορέας και ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης είναι υπεύθυνοι για την επεξεργασία¹⁰⁷.

¹⁰⁵ ΔΕΕ, απόφαση της 5ης Ιουνίου 2018, C-210/16, *Wirtschaftsakademie*, σκέψη 43.

¹⁰⁶ Βλ. επίσης ΔΕΕ, C-131/12, *Google Spain* («ευθύνες, ικανότητες και δυνατότητες»).

¹⁰⁷ Το ΕΣΠΔ θεωρεί ότι σε διάφορες περιπτώσεις εκτίμηση βασισμένη στα προαναφερθέντα κριτήρια (π.χ. τα δεδομένα που χρησιμοποιούνται για την κατάρτιση των κριτηρίων στόχευσης, η αντιστοίχιση του υποκειμένου των δεδομένων, η λήψη συγκατάθεσης) είναι πιθανό να οδηγήσει στο συμπέρασμα ότι ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης ασκεί μεγαλύτερη πραγματική επιρροή στην επεξεργασία και, επομένως, έχει μεγαλύτερο βαθμό ευθύνης, ανάλογα με τον συγκεκριμένο μηχανισμό στόχευσης που χρησιμοποιείται.

Στο παράδειγμα 1, η εταιρεία X οργανώνει διαφημιστική εκστρατεία, ώστε να προβληθούν στους χρήστες που αντιστοιχούν σε συγκεκριμένα κριτήρια στόχευσης διαφημίσεις σχετικές με την εταιρεία στην πλατφόρμα του μέσου κοινωνικής δικτύωσης. Ωστόσο, παρότι καθορίζει τις συγκεκριμένες ρυθμίσεις της διαφημιστικής εκστρατείας, δεν συλλέγει ούτε έχει πρόσβαση σε δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα ούτε έχει οποιαδήποτε άμεση επικοινωνία με το υποκείμενο των δεδομένων. Καθένα από τα στοιχεία αυτά μπορεί να έχει σημασία όταν εκτιμάται το επίπεδο (ή ο «βαθμός») ευθύνης του στοχεύοντος φορέα και του παρόχου μέσω κοινωνικής δικτύωσης, εάν αποδεικνύεται παράβαση του ΓΚΠΔ (π.χ. σε περίπτωση έλλειψης διαφάνειας έναντι του υποκειμένου των δεδομένων ή μη διασφάλισης της νομιμότητας της επεξεργασίας). Όπως προεκτέθηκε, ανεξαρτήτως τούτου, αμφότερα τα μέρη υποχρεούνται να λάβουν κατάλληλα μέτρα για την εκπλήρωση των απαιτήσεων του ΓΚΠΔ και την προστασία των δικαιωμάτων των υποκειμένων των δεδομένων κατά παράνομων μορφών επεξεργασίας.

Στο παράδειγμα 3, το οποίο αφορούσε στόχευση βάσει καταλόγου, η κατάσταση είναι ελαφρώς διαφορετική από εκείνη στο παράδειγμα 1. Στο παράδειγμα 3, η τράπεζα συνέλεξε αρχικά τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα και τα μοιράστηκε με τον πάροχο μέσω κοινωνικής δικτύωσης για σκοπούς στόχευσης. Στην περίπτωση αυτή, ο στοχεύων φορέας προκάλεσε εκουσίως το στάδιο συλλογής και διαβίβασης της επεξεργασίας δεδομένων. Καθένα από τα στοιχεία αυτά θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη όταν εκτιμάται το επίπεδο ευθύνης κάθε φορέα και θα πρέπει να αποτυπώνεται δεόντως στους όρους της κοινής συμφωνίας.

Ομοίως, στο παράδειγμα 4, στην περίπτωση στόχευσης βάσει εικονοστοιχείων, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι ο διαχειριστής ιστοσελίδας παρέχει τη δυνατότητα διαβίβασης δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στον πάροχο μέσω κοινωνικής δικτύωσης. Πράγματι, ο δικτυακός τόπος «BestBags.com» είναι αυτός που ενσωματώνει εικονοστοιχείο παρακολούθησης στον δικτυακό τόπο του, ώστε να μπορεί να στοχεύσει τον κ. Schmidt, παρότι αυτός αποφάσισε να μην προβεί σε αγορά¹⁰⁸. Επομένως, ο δικτυακός τόπος συμμετέχει ενεργά στη συλλογή και τη διαβίβαση των δεδομένων. Ωστόσο, ως από κοινού υπεύθυνος επεξεργασίας, ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης υποχρεούται επίσης να λάβει κατάλληλα μέτρα για την εκπλήρωση των απαιτήσεων του ΓΚΠΔ και την προστασία των δικαιωμάτων των υποκειμένων των δεδομένων κατά παράνομων μορφών επεξεργασίας. Στην περίπτωση αυτή, εάν ζητηθεί η συγκατάθεση του υποκειμένου των δεδομένων, οι από κοινού υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να συμφωνήσουν σχετικά με τον τρόπο λήψης της συγκατάθεσης στην πράξη.

144. Όταν εκτιμάται το επίπεδο ευθύνης του παρόχου μέσω κοινωνικής δικτύωσης, το ΕΣΠΔ παρατηρεί ότι αρκετοί μηχανισμοί στόχευσης στηρίζονται στην κατάρτιση προφίλ και/ή άλλες δραστηριότητες επεξεργασίας τις οποίες εκτέλεσε προηγουμένως ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης. Ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης είναι εκείνος που αποφασίζει να προβεί σε επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα των χρηστών του κατά τρόπο ώστε να καταρτίσει τα κριτήρια στόχευσης, τα οποία θέτει στη διάθεση του στοχεύοντος φορέα. Προς τούτο, ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης έλαβε ανεξάρτητα ορισμένες αποφάσεις σχετικά με την επεξεργασία, όπως τις κατηγορίες δεδομένων που θα υποβληθούν σε επεξεργασία, τα κριτήρια στόχευσης που θα προσφερθούν και τα

¹⁰⁸ Επιπλέον, καθώς η BestBags.com ενσωμάτωσε στον δικτυακό τόπο της το εικονοστοιχείο παρακολούθησης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, είναι επίσης υπεύθυνη να συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις της οδηγίας για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες σχετικά με το εργαλείο αυτό, το οποίο, δεδομένου ότι το εικονοστοιχείο διευκολύνει επίσης την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, έχει επίσης σημασία όταν καθορίζεται το επίπεδο ευθύνης.

πρόσωπα που θα έχουν πρόσβαση σε δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα (και σε ποια είδη δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα), τα οποία υποβάλλονται σε επεξεργασία στο πλαίσιο συγκεκριμένης εκστρατείας στόχευσης. Αυτές οι δραστηριότητες στόχευσης πρέπει επίσης να συμμορφώνονται με τον ΓΚΠΔ, πριν από την προσφορά οποιωνδήποτε υπηρεσιών στόχευσης.

145. Τα παραδείγματα που παρατέθηκαν ανωτέρω υποδεικνύουν τη σημασία της σαφούς κατανομής αρμοδιοτήτων στη συμφωνία από κοινού ευθύνης επεξεργασίας που συνάπτουν ο πάροχος μέσω κοινωνικής δικτύωσης και ο στοχεύων φορέας. Παρότι οι όροι της συμφωνίας θα πρέπει, εν πάση περιπτώσει, να αντικατοπτρίζουν το επίπεδο ευθύνης κάθε φορέα, η ύπαρξη συνολικής συμφωνίας στην οποία αποτυπώνονται κατάλληλα ο ρόλος και οι αρμοδιότητες κάθε μέρους είναι αναγκαία για τη συμμόρφωση όχι μόνο με το άρθρο 26 του ΓΚΠΔ, αλλά και με άλλους κανόνες και αρχές του ΓΚΠΔ.
146. Τέλος, το ΕΣΠΔ επισημαίνει ότι, στο μέτρο που οι όροι της κοινής συμφωνίας του παρόχου μέσω κοινωνικής δικτύωσης και του στοχεύοντος φορέα δεν δεσμεύουν τις εποπτικές αρχές, αυτές μπορούν να ασκούν τις αρμοδιότητες και τις εξουσίες τους σε σχέση με κάθε από κοινού υπεύθυνο επεξεργασίας, υπό τον όρο ότι ο συγκεκριμένος από κοινού υπεύθυνος επεξεργασίας υπάγεται στη δικαιοδοσία της συγκεκριμένης εποπτικής αρχής.