

Становище на Комитета (член 64)



Становище 8/2024 относно валидното съгласие в контекста на моделите „съгласие или плащане“, прилагани от големите онлайн платформи

Прието на 17 април 2024 г.

Резюме

Нидерландските, норвежките и германските (Хамбург) надзорни органи поискаха от ЕКЗД да издаде становище по въпроса при какви обстоятелства и условия моделите „съгласие или плащане“, свързани с поведенческата реклама в интернет, могат да бъдат прилагани от големите онлайн платформи по начин, който представлява валидно и по-специално свободно изразено съгласие, като се вземе предвид и решението на Съда на Европейския съюз по дело С-252/21. Обхватът на настоящото становище действително е ограничен до прилагането от големите онлайн платформи (които са определени за целите на настоящото становище) на моделите „съгласие или плащане“, при които от ползвателите се изисква съгласие за обработване за целите на поведенческата реклама в интернет.

В тази връзка ЕКЗД подчертава необходимостта да се спазват всички изисквания на ОРЗД, по-специално тези за валидно съгласие, като същевременно се оценява спецификата на всеки случай. От особено значение е принципът на отчетност. ЕКЗД припомня, че получаването на съгласие не освобождава администратора от задължението да спазва всички принципи, посочени в член 5 от ОРЗД, както и останалите задължения по ОРЗД. От основно значение е да се спазват принципите на необходимост и пропорционалност, ограничение на целите, свеждане на данните до минимум и добросъвестност.

В повечето случаи за големите онлайн платформи няма да е възможно да спазват изискванията за валидно съгласие, ако поставят потребителите само пред избор от две възможности — да се съгласят с обработването на лични данни за целите на поведенческата реклама в интернет или да заплатят такса.

Предлагането на (само) платена алтернатива на услугата, която включва обработване за целите на поведенческата реклама в интернет, не следва да бъде стандартният начин за действие за администраторите. При разработването на алтернатива на варианта на услугата с поведенческа реклама в интернет големите онлайн платформи следва да обмислят възможността да предоставят на субектите на данни „равностойна възможност“, която не изисква плащане на такса. Ако администраторите решат да събират такса за достъп до „равностойната алтернатива“, те следва да обмислят възможността да предложат и друга безвъзмездна алтернатива без поведенческа реклама в интернет, например с форма на реклама, при която се обработват по-малко лични данни (или изобщо не се обработват лични данни). Това е особено важен фактор при оценката на някои критерии за валидно съгласие съгласно ОРЗД. В повечето случаи фактът, че администраторът предлага безвъзмездно друга алтернатива без поведенческа реклама в интернет, ще има съществено въздействие върху оценката на валидността на съгласието, по-специално по отношение на вредните последици.

Що се отнася до изискванията на ОРЗД за валидно съгласие, на първо място, съгласието трябва да бъде „свободно изразено“. За да се избегнат вредни последици, които изключват свободно изразеното съгласие, всяка наложена такса не може да бъде такава, че на практика да възпрепятства субектите на данни да направят свободен избор. Освен това вредни последици може да възникнат, когато субектите на данни, които не са дали съгласието си, не платят такса и по този начин се окажат изключени от услугата, особено в случаите, когато услугата има важна роля или е решаваща за участието в социалния живот или за достъпа до професионални мрежи, още повече при наличието на ефекти на „заклучване“ или мрежови ефекти. Следователно, когато големите онлайн платформи използват модела „съгласие или плащане“, за да получат съгласие за обработването е вероятно да възникнат вредни последици.

Администраторите трябва също така да преценяват за всеки отделен случай дали е налице неравнопоставеност в отношенията между субекта на данни и администратора. Факторите, които трябва да бъдат оценени, включват позицията на голямата онлайн платформа на пазара, наличието на ефекти на „заклучване“ или мрежови ефекти, степента, в която субектът на данни разчита на услугата, и основните получатели на услугата.

Елементът на обвързаност с условия, т.е. дали се изисква съгласие за достъп до стоки или услуги, въпреки че обработването не е необходимо за изпълнението на договора, е друг критерий за оценка дали съгласието е „свободно изразено“. В решението по дело *Bundeskartellamt* Съдът постановява, че на ползвателите, които откажат да дадат съгласието си за специални операции по обработване на данни, „евентуално срещу подходящо възнаграждение, да се предложи равностойна алтернатива, която не се съпътства от такива операции по обработване на данни“. По този начин администраторите ще избегнат въпроса за обвързаност с условия. Във всеки случай е необходимо да бъдат изпълнени и останалите критерии за „свободно изразено“ съгласие.

Под „равностойна възможност“ се разбира алтернативен вариант на услугата, предлагана от същия администратор, която не включва изразяване на съгласие за обработване на лични данни за целите на поведенческата реклама в интернет. Становището съдържа елементи, които могат да помогнат да се гарантира, че алтернативата е действително равностойна. Алтернативният вариант, по принцип, може да се счита за равностоеен, ако се различава само по това, че администраторът не може да обработва лични данни за целите на поведенческата реклама в интернет.

По отношение на налагането на такса за достъп до „равностойната алтернатива“ на услугата, ЕКЗД припомня, че личните данни не могат да се разглеждат като стока, която може да се търгува, и администраторите следва да имат предвид необходимостта да се предотврати превръщането на основното право на защита на данните във функция, за която субектите на данни трябва да плащат, за да ползват. Администраторите следва да преценят за всеки отделен случай дали въобще е целесъобразно да се събира такса и какъв размер е подходящ при дадените обстоятелства, като вземат предвид възможните алтернативи на поведенческата реклама в интернет, които предполагат обработването на по-малко лични данни, както и позицията на субектите на данни. Администраторите следва да гарантират, че таксата не е такава, че да възпрепятства субектите на данни да направят истински избор с оглед на изискванията за валидно съгласие и на принципите по член 5 от ОРЗД, и по-специално на добросъвестността. Принципът на отчетност е от основно значение в това отношение. На надзорните органи е възложено да осигурят прилагането на ОРЗД, което може да е свързано и с въздействието на всяка такса върху свободата на избор на субектите на данни.

Друго условие е разграничаването: когато му се предлага моделът „съгласие или плащане“, субектът на данни следва да може свободно да избере коя цел на обработването приема, вместо да бъде изправен пред едно искане за съгласие, обединяващо няколко цели.

Валидното съгласие също така трябва да е „конкретно“, т.е. да е изразено за една или повече конкретни цели, и да представлява недвусмислено волеизявление: при моделите „съгласие или плащане“ е особено важно администраторите да проектират внимателно начина, по който от субектите на данни се иска да изразят своето съгласие. Потребителите не следва да бъдат подлагани на тъмни модели.

За да бъде съгласието „информирано“, информационният процес, изграден от администраторите, следва да дава възможност на субектите на данни да разбират напълно и ясно стойността, обхвата и последиците от техния възможен избор, като се вземе предвид сложността на дейностите по обработване, свързани с поведенческата реклама в интернет.

ЕКЗД също така предоставя разяснения относно оттеглянето на съгласието и съветва администраторите внимателно да преценяват колко често следва да се „опреснява“ съгласието.

Съдържание

1	Въведение	7
1.1	Кратко изложение на фактите	7
1.2	Допустимост на искането за становище по член 64, параграф 2 от ОРЗД.....	8
2	Определения и обхват на становището.....	10
2.1	Определения.....	10
2.1.1	Определение на моделите „съгласие или плащане“	10
2.1.2	Определение на „поведенческа реклама в интернет“	11
2.1.3	Определение на понятието „големи онлайн платформи“ в контекста на настоящото становище	12
2.2	Обхват на становището	14
3	Правна уредба	14
3.1	Съответни разпоредби на ОРЗД.....	14
3.2	Допълнителни правни инструменти.....	16
3.3	Резюме на решението по дело <i>Bundeskartellamt</i>	17
3.4	Съществуващи насоки на ЕКЗД.....	19
4	Оценка на ЕКЗД.....	19
4.1	Принципи и общи констатации	19
4.2	Изисквания за валидно съгласие	22
4.2.1	Свободно изразено съгласие.....	22
4.2.2	Информирано съгласие.....	37
4.2.3	Конкретно съгласие	41
4.2.4	Недвусмислено волеизявление	42
4.3	Допълнителни елементи	43
4.3.1	Оттегляне на съгласието	43
4.3.2	Опресняване на съгласието	45
5	Заключения	45

Европейският комитет по защита на данните,

като взе предвид член 63 и член 64, параграф 2 от Регламент (ЕС) 2016/679 на Европейския парламент и на Съвета от 27 април 2016 г. относно защитата на физическите лица във връзка с обработването на лични данни и относно свободното движение на такива данни и за отмяна на Директива 95/46/ЕО (наричан по-нататък „ОРЗД“),

като взе предвид Споразумението за ЕИП, и по-специално приложение XI и Протокол 37 към него, изменени с Решение № 154/2018 на Съвместния комитет на ЕИП от 6 юли 2018 г.¹,

като взе предвид членове 10 и 22 от своя Правилник за дейността,

като има предвид, че:

(1) Основната роля на Европейския комитет по защита на данните (наричан по-долу „Комитетът“ или „ЕКЗД“) е да гарантира последователното прилагане на ОРЗД в Европейското икономическо пространство (ЕИП). В член 64, параграф 2 от ОРЗД се предвижда, че всеки надзорен орган (НО), председателят на Комитета или Комисията може да поиска всеки въпрос с общо приложение или с последици в повече от една държава — членка на ЕИП, да бъде разгледан от Комитета с оглед получаване на становище. Целта на настоящото становище е да се разгледа въпрос с общо приложение или такъв, който поражда последици в повече от една държава — членка на ЕИП.

(2) Становището на Комитета се приема в съответствие с член 64, параграф 3 от ОРЗД във връзка с член 10, параграф 2 от Правилника за дейността в срок от осем седмици, считано от момента, в който председателят и компетентният надзорен орган са решили, че досието е пълно. По решение на председателя този срок може да бъде удължен с още шест седмици с оглед на сложността на въпроса,

ПРИЕ СЛЕДНОТО СТАНОВИЩЕ:

1 ВЪВЕДЕНИЕ

1.1 Кратко изложение на фактите

1. На 17 януари 2024 г. нидерландският надзорен орган („нидерландският НО“), действащ и от името на норвежкия надзорен орган („норвежкия НО“) и германския (Хамбург) надзорен орган (Хамбург), наричани заедно „искащите НО“, поиска от ЕКЗД да издаде становище съгласно член 64, параграф 2 от ОРЗД във връзка с така наречените модели „съгласие или плащане“ („искането“).
2. На 25 януари 2024 г. председателят на Комитета и нидерландския НО считат досието за пълно. На същата дата досието е изпратено от секретариата на ЕКЗД.

¹ Позоваванията на „държави членки“ в настоящото становище следва да се разбират като позовавания на „държавите — членки на ЕИП“.

3. Накратко, искането се отнася до обстоятелствата, при които големите онлайн платформи, които привличат голям брой ползватели в Европейското икономическо пространство (ЕИП), могат да прилагат т.нар. модели „съгласие или плащане“², когато данните се обработват за целите на поведенческата реклама в интернет, по начин, който отговаря на изискването за валидно, и по-специално свободно изразено съгласие³.
4. Искщите НО припомнят Насоки 5/2020 на ЕКЗД относно съгласието в съответствие с Регламент 2016/679, наричани по-нататък „Насоки на ЕКЗД относно съгласието“, и подчертават, че е важно да се прецени дали субектите на данни, които са изправени пред моделите „съгласие или плащане“, са „в състояние да [направят] действителен избор“, като се вземе предвид „рискът от измама, сплашване, принуда или значителни отрицателни последици“ или дали „има някакъв елемент на принуда, натиск или невъзможност да се упражни свободна воля“⁴.
5. Искщите НО споменават още, че горепосочените въпроси следва да бъдат разгледани, като се вземе предвид решението на Съда по дело *Bundeskartellamt*⁵.
6. И накрая, в обосновката си на искането искщите НО посочват, че „няколко членове на ЕКЗД вече са предоставили насоки относно моделите „съгласие или плащане“ на национално равнище, например по отношение на средствата за масова информация“ и че въпреки че тези национални насоки са „ценни и предоставят добра отправна точка“, те „обикновено са насочени към по-малки администратори“⁶. Поради това искщите НО твърдят, че е необходимо да се даде отговор на конкретните въпроси, повдигнати от прилагането на моделите „съгласие или плащане“ от големите онлайн платформи, за да се осигури последователно тълкуване и прилагане на ОРЗД.

1.2 Допустимост на искането за становище по член 64, параграф 2 от ОРЗД

7. В член 64, параграф 2 от ОРЗД се предвижда, че по-специално всеки НО може да поиска всеки въпрос с общо приложение или с последици в повече от една държава членка да бъде разгледан от Комитета с оглед получаване на становище.
8. Искщите НО посочват в искането, че „от гледна точка на защитата на данните към момента няма последователен европейски отговор на горепосочения въпрос⁷ относно валидността на

² Вж. определението в раздел 2.1.1 от настоящото становище.

³ Искане за становище съгласно член 64, параграф 2 от ОРЗД (наричано по-нататък „искането“), раздел I („Въведение“), стр. 1.

⁴ Искане, раздел II („Контекст и обосновка на настоящото искане“), А. Правна рамка по отношение на основното понятие за съгласие, стр. 2. В тази връзка вж. Насоки 5/2020 на ЕКЗД относно съгласието в съответствие с Регламент 2016/679, приети на 4 май 2020 г. (наричани по-долу „Насоки на ЕКЗД относно съгласието“), точка 24.

⁵ Искане, раздел II („Контекст и обосновка на настоящото искане“), Б. Връзката между съгласието и моделите „съгласие или плащане“, стр. 3. Вж. решение на Съда на Европейския съюз от 4 юли 2023 г., *Meta Platforms Inc./Bundeskartellamt*, C-252/21, EU:C:2023:537 (наричано по-нататък „решението на Съда по дело *Bundeskartellamt*“). По-конкретно искщите НО припомнят точки 143—144, 148—150 от решението на Съда по дело *Bundeskartellamt*.

⁶ Искане, раздел II („Контекст и обосновка на настоящото искане“), В. Текущо развитие и необходимост от яснота, стр. 4. По-конкретно искщите НО представят заедно с искането национални насоки, които съдържат общи критерии за моделите „съгласие или плащане“, издадени от германските (Хамбург), австрийските и френските надзорни органи.

⁷ Вж. точка 3 от настоящото становище.

съгласието във връзка с моделите „съгласие или плащане“⁸. Освен това те подчертават, че това „е повод за безпокойство, тъй като този въпрос е [...] неразривно свързан с тълкуването на понятието за съгласие и следователно е въпрос с общо приложение по отношение на основно понятие от ОРЗД“⁹.

9. Искането се отнася до последователното тълкуване на понятието „съгласие“ и по-конкретно до обстоятелствата, при които съгласието, събрано от големи онлайн платформи, обработващи лични данни за целите на поведенческата реклама в интернет и прилагащи моделите „съгласие или плащане“, може да се счита за валидно. Поради това Комитетът счита, че искането е свързано с „въпрос с общо приложение“ по смисъла на член 64, параграф 2 от ОРЗД. По-специално въпросът се отнася до теми, свързани с практическото прилагане на основни разпоредби на ОРЗД, и по отношение на които към момента няма последователно тълкуване на равнището на ЕС. Поради това може да се твърди, че съществува общ интерес този въпрос да бъде оценен под формата на становище на ЕКЗД, за да се гарантира еднаквото прилагане на ОРЗД. Прилагането на моделите „съгласие или плащане“ от страна на големите онлайн платформи повдига специфични теми: както подчертават искащите НО, „тази липса на единен подход е особено належаща, когато са засегнати големи онлайн платформи, които привличат милиони субекти на данни в Европа. Може да се твърди, че особено когато са засегнати такива големи онлайн платформи, е необходим единен подход по отношение на всички въпроси с общо приложение, свързани с този тип администратори, като се има предвид, че тези платформи са активни във всички държави — членки на ЕС и ЕИП, и всеки модел „съгласие или плащане“, прилаган от администраторите, управляващи този тип големи онлайн платформи, ще засегне милиони европейски субекти на данни“¹⁰.
10. Искането включва писмена обосновка относно контекста и причините за отправяне на въпроса към Комитета, включително за съответната правна рамка, за връзката между моделите „съгласие“ и „съгласие или плащане“, както и за актуалното развитие на съдебната практика на Съда на ЕС и необходимостта от яснота и последователно тълкуване¹¹. Поради това Комитетът счита, че искането е обосновано в съответствие с член 10, параграф 3 от Правилника за дейността на ЕКЗД¹².
11. Съгласно член 64, параграф 3 от ОРЗД ЕКЗД не издава становище, ако вече е издал становище по въпроса¹³. Както е обяснено в раздел 3.4 по-долу, ЕКЗД не е издал становище по същия въпрос и все още не е предоставил отговори на въпросите, произтичащи от искането.
12. Поради тези причини Комитетът счита, че искането е допустимо и въпросите, произтичащи от него, следва да бъдат анализирани в настоящото становище („становището“), прието съгласно член 64, параграф 2 от ОРЗД.

⁸ Искане, раздел II („Контекст и обосновка на настоящото искане“), В. Текущо развитие и необходимост от яснота, стр. 4.

⁹ Искане, раздел II („Контекст и обосновка на настоящото искане“), В. Текущо развитие и необходимост от яснота, стр. 4.

¹⁰ Искане, раздел II („Контекст и обосновка на настоящото искане“), В. Текущо развитие и необходимост от яснота, стр. 5.

¹¹ Искане, раздел II („Контекст и обосновка на настоящото искане“), стр. 1—5.

¹² Член 10, параграф 3 от Правилника за дейността на ЕКЗД гласи: „Исканията трябва да бъдат мотивирани съгласно член 64, параграф 2 от ОРЗД.“

¹³ Член 64, параграф 3 от ОРЗД и член 10, параграф 4 от Правилника за дейността на ЕКЗД.

13. В следващия раздел е дадено определение на моделите „съгласие или плащане“, „поведенческа реклама в интернет“ и „големи онлайн платформи“ в рамките на настоящото становище, както и описание на обхвата на становището.

2 ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ОБХВАТ НА СТАНОВИЩЕТО

2.1 Определения

2.1.1 Определение на моделите „съгласие или плащане“

14. Моделите „съгласие или плащане“¹⁴ могат да се определят като модели, при които администраторът предлага на субектите на данни избор между най-малко две възможности, за да получат достъп до онлайн услуга, която администраторът предоставя: субектът на данни може: 1) да даде съгласието си за обработване на личните му данни за конкретна цел; или 2) да реши да плати такса и да получи достъп до онлайн услугата, без личните му данни да бъдат обработвани за тази цел. Настоящото становище ще бъде съсредоточено върху моделите, при които може да бъде дадено съгласие за обработване на лични данни за целите на поведенческата реклама в интернет.
15. При първата възможност, спомената по-горе, субектите на данни получават достъп до услугата само ако се съгласят да бъдат проследявани и да им се изпраща поведенческа реклама в интернет от администратора. В този случай моделът на стопанска дейност на администратора обикновено се финансира чрез онлайн реклама, основана на потребителското поведение.
16. При втората възможност субектите на данни плащат такса (която може да бъде например седмичен, месечен или годишен абонамент, както и еднократно плащане)¹⁵ и получават достъп до вариант на услугата, който не включва обработването на личните данни на ползвателя за целите на поведенческата реклама в интернет. Следва да се отбележи обаче, че въпреки че тази втора възможност може да означава, че субектите на данни изобщо не се проследяват, тя може също така да означава, че субектите на данни ще продължат да се проследяват за различни цели, например за да се анализира използването на даден уебсайт с цел подобряване на неговите функционални възможности. Във всеки случай ЕКЗД припомня, че тези цели трябва да бъдат законни, конкретни и обработването трябва да се основава на законно основание съгласно ОРЗД. Освен това бисквитките или технологиите за проследяване може да продължат да се използват и в платения вариант на услугата за цели, различни от поведенческа реклама в интернет. Ако някоя от използваните технологии включва достъп до или съхранение на информация в крайно оборудване, това влиза в обхвата на ОРЗД и член 5, параграф 3 от

¹⁴ Вж. в тази връзка също документи, приети на национално равнище, като i) австрийски НО (DSB), *FAQ zum Thema Cookies und Datenschutz (Често задавани въпроси относно бисквитки и защитата на данни)*, 20 декември 2023 г.; ii) френски НО (CNIL), *Cookie walls: la CNIL publie des premiers critères d'évaluation (Стени за бисквитки: CNIL публикува първоначални критерии за оценка)*, 16 май 2022 г.; и iii) Конференцията на независимите органи за защита на данните в Германия (DSK), *Beschluss — der Konferenz der unabhängigen Datenschutzaufsichtsbehörden des Bundes und der Länder (Заключение- Конференцията на независимите надзорни органи по защита на данните на федерално и местно ниво)*, 22 март 2023 г.

¹⁵ В тези случаи платеният абонамент може да се различава и в зависимост от услугите, до които ползвателят има достъп, например основна услуга за първото ниво на абонамент, допълнителна за допълнителни/допълващи услуги или функционални възможности.

Директивата за правото на неприкосновеност на личния живот и електронни комуникации, когато е приложимо.

17. Въпреки че при моделите „съгласие или плащане“, разгледани в настоящото становище, на субекта на данни обикновено се отказва достъп до услугата, ако той не даде съгласието си за обработване на лични данни за целите на поведенческата реклама в интернет, или не заплати такса, ЕКЗД подчертава, че на физическите лица може да бъде предложена допълнителна алтернатива без поведенческа реклама в интернет, която е безвъзмездна, както е описано по-долу в раздел 4.2.1.1.

2.1.2 Определение на „поведенческа реклама в интернет“

18. ЕКЗД отбелязва, че механизмите, позволяващи предоставянето на персонализирани онлайн реклами на субектите на данни, са се увеличили с течение на времето. Сложността им също се е увеличила. На ползвателите може да се предлага персонализирана реклама въз основа на различни критерии и техники, включително на базата на информация, свързана с тяхното поведение онлайн и офлайн.
19. Поведенческата реклама в интернет, която включва разработването на подробни профили на субектите на данни, се е превърнала в основна характеристика на някои модели на стопанска дейност в днешната онлайн среда. Съгласно определението в Становище 2/2010 на Работната група по член 29 (РГ29) относно поведенческите реклами онлайн „поведенческата реклама се основава на наблюдението на поведението на лицата в течение на времето“¹⁶. Работната група по член 29 също така подчертава, че поведенческата реклама в интернет „има за цел изучаването на характеристиките на това поведение чрез действията на лицата (повтарящи се посещения на уебсайтове, взаимен обмен, ключови думи, съдържание, генерирано онлайн, и др.), за да им бъде разработен конкретен профил и по този начин да се изпращат реклами според предполагаемите им интереси“¹⁷.
20. Както е обяснено в горепосоченото становище на РГ29, поведенческата реклама в интернет се основава на данни, които се събират чрез наблюдение на активността на потребителите в течение на времето (например от посещенията от тях страници, времето, което прекарват на страница, показваща определен продукт, броя на повторните влизания в дадена страница, отбелязаните харесвания или местоположението им). В тези случаи наблюдението на ползвателите се извършва чрез използване на „бисквитки“ или други подобни технологии за проследяване (например социални приставки или пиксели). Ползвателите може да бъдат проследявани в различни уебсайтове от различни участници (например платформи и брокери на данни)¹⁸. Събраните данни, които в някои случаи може да бъдат обобщени с данни, активно предоставени от ползвателя (например при създаване на профил онлайн или влизане в уебсайт), или с офлайн данни, позволяват на предприятията да извличат информация за потребителя и да

¹⁶ Работна група по член 29, Становище 2/2010 относно поведенческите реклами онлайн, РД 171, прието на 22 юни 2010 г. (наричано по-долу „Становище на РГ29 относно поведенческите реклами онлайн“), стр. 4.

¹⁷ Становище на РГ29 относно поведенческите реклами онлайн, стр. 4.

¹⁸ Насоки на ЕКЗД 8/2020 относно изпращането на персонализирано съдържание на потребителите на социални медии, версия 2.0, приета на 13 април 2021 г. (наричани по-долу „Насоки на ЕКЗД относно изпращането на персонализирано съдържание“), точка 3.

правят заключения за неговите предпочитания, вкусове и интереси¹⁹. Когато администраторите обработват лични данни за целите на поведенческата реклама в интернет, се извършват няколко дейности по обработване. Те включват наблюдение на поведението на субектите на данни, събиране на лични данни и тяхното анализиране с цел създаване и разработване на профили на ползвателите, споделяне на лични данни с трети страни като част от създаването и разработването на профили на потребители или за свързване на рекламодатели с издатели, предоставяне на субектите на данни на реклами, персонализирани въз основа на получения профил, и анализиране на взаимодействието на ползвателите с рекламите, показвани въз основа на техния профил.

21. Поради тази причина поведенческата реклама в интернет се счита за особено натрапчива форма на реклама, тъй като може да предостави на администраторите много подробна картина на личния живот на хората. Освен това, както припомня ЕКЗД в своите Насоки 8/2020 относно изпращането на персонализирано съдържание на потребителите на социални медии, то поражда значителни рискове за основните права и свободи на субектите на данни, включително възможността за дискриминация и изключване и възможното манипулиране на потребителите²⁰.

2.1.3 Определение на понятието „големи онлайн платформи“ в контекста на настоящото становище

22. Настоящото становище е съсредоточено върху моделите „съгласие или плащане“, прилагани от „администратори на „големи онлайн платформи“, които привличат голям брой ползватели в ЕИП“²¹. Важно е да се определят видовете платформи, които попадат в обхвата на становището.
23. ЕКЗД припомня, че „онлайн платформите“ не са определени в ОРЗД. Поради това е целесъобразно да се уточни значението на това понятие. За целите на настоящото становище понятието „онлайн платформи“ може да обхваща, но не се ограничава до „онлайн платформи“ по смисъла на определението в член 3, буква и) от Акта за цифровите услуги²².
24. В следващите точки ЕКЗД подчертава някои елементи, които трябва да бъдат оценявани във всеки отделен случай, за да се определи дали даден администратор трябва да се счита за „голяма онлайн платформа“ за целите на настоящото становище. Като се има предвид, че някои елементи могат да бъдат по-подходящи за определени администратори, отколкото за други, този списък не е изчерпателен, нито представлява списък с кумулативни изисквания; целта на

¹⁹ Становище на РГ29 относно поведенческата реклама в интернет, стр. 7 („Съществуват два основни подхода при изграждането на профили на ползватели: i) предполагаемите профили се създават по подразбиране от наблюдението на индивидуалното и колективното поведение на ползвателите с течение на времето, и по-специално от наблюдението на разглежданите или активирани страници и реклами; ii) точните профили се създават от лични данни, които самите субекти на данни предоставят за дадена уеб услуга, като например при регистрация. Може да има комбинация от двата подхода. Освен това на по-късен етап предполагаемите профили могат да станат точни профили, ако субектът на данни въведе личните си данни, за да си осигури достъп до даден уебсайт“).

²⁰ Насоки на ЕКЗД относно изпращането на персонализирано съдържание, точки 9–18.

²¹ Искане, раздел I („Въведение“), стр. 3.

²² В член 3, буква и) от Акта за цифровите услуги определението за „онлайн платформа“ гласи: „хостинг услуга, която по искане на получател на услугата съхранява и разпространява информация сред обществеността, освен ако тази дейност не е незначителна или изцяло спомагателна характеристика на друга услуга или незначителна функция на основната услуга и поради обективни и технически причини не може да бъде използвана без тази друга услуга, и ако интегрирането на характеристиката или функцията в другата услуга не е средство за заобикаляне на приложимостта на настоящия регламент“.

този списък с елементи е по-скоро да се посочат аспектите, които може да доведат до разглеждането на даден администратор като „голяма онлайн платформа“ за целите на настоящото становище.

25. На първо място, големите онлайн платформи са платформи, които привличат голям брой субекти на данни като свои потребители.
26. Позицията на дружеството на пазара е друг елемент, който може да бъде от значение, за да се прецени дали администраторът може да се счита за „голяма онлайн платформа“.
27. Друг елемент, който трябва да се вземе предвид, за да се прецени дали даден администратор може да се квалифицира като „голяма онлайн платформа“, е дали той извършва „мощно“ обработване. ЕКЗД припомня, че в ОРЗД не се определя какво представлява мащабното обработване, въпреки че в съображение 91 от ОРЗД се съдържат някои насоки. Въпреки това Работната група по член 29 даде насоки (одобрени от ЕКЗД) относно значението на понятието „мощно“ обработване в контекста на член 37, параграф 1, букви б) и в) от ОРЗД, и по-конкретно относно факторите, които следва да се вземат предвид, когато се определя дали обработването, което се извършва е мащабно. Тези фактори са от значение и за целите на настоящото становище. Те включват например броя на засегнатите субекти на данни, обема на данните и географския обхват на дейността по обработване²³.
28. Определението може да обхване, наред с другото, някои администратори на „много големи онлайн платформи“, както са определени в АЦУ²⁴, и „контролиращи достъпа предприятия“, както са определени в АЦП²⁵.

²³ Вж. в тази връзка Насоките на Работната група за защита на личните данни по член 29 за длъжностните лица по защита на данните („ДЛЗД“), РД 243 ред.01, последно преразгледани и приети на 5 април 2017 г., одобрени от ЕКЗД на 25 май 2018 г., стр. 7—8, и Насоки на Работната група за защита на личните данни по член 29 относно оценката на въздействието върху защитата на данни (ОВЗД) и определяне дали съществува вероятност обработването „да породи висок риск“ за целите на Регламент 2016/679, РД 248 ред.01, последно преразгледани и приети на 4 октомври 2017 г., одобрени от ЕКЗД на 25 май 2018 г., стр. 10.

²⁴ Съгласно член 33, параграф 1 от Регламент (ЕС) 2022/2065 на Европейския парламент и на Съвета от 19 октомври 2022 г. относно единния пазар на цифрови услуги и за изменение на Директива 2000/31/ЕО (Акт за цифровите услуги) (наричан по-нататък „АЦУ“), МГОП са „онлайн платформи, чийто брой средномесечни активни получатели на услугата в Съюза е равен на или по-голям от 45 милиона и които са определени“ като МГОП от Европейската комисия съгласно член 33, параграф 4 от ЗАЦУ. Съгласно член 3, буква и) от АЦУ онлайн платформата е хостинг услуга, която по искане на получател на услугата съхранява и разпространява информация за обществеността.

²⁵ Съгласно член 3, параграф 1 от Регламент (ЕС) 2022/1925 на Европейския парламент и на Съвета от 14 септември 2022 г. за достъпни и справедливи пазари в цифровия сектор и за изменение на директиви (ЕС) 2019/1937 и (ЕС) 2020/1828 (Акт за цифровите пазари) (наричан по-долу „АЦП“) контролиращи достъпа предприятия са дружества, които отговарят на следните три кумулативни изисквания: i) оказват значително въздействие върху вътрешния пазар; ii) предоставят основна платформена услуга, която е важен портал, чрез който бизнес ползвателите достигат до крайните ползватели; iii) ползват се от наложило се и трайно установено положение при осъществяване на дейността си или се предвижда, че ще придобият такова положение в близко бъдеще. Съгласно член 2, параграф 2 основните платформени услуги включват следното: а) посреднически онлайн услуги; б) онлайн търсачки; в) услуги за онлайн социални мрежи; г) услуги на платформи за споделяне на видеоклипове; д) междуличностни съобщителни услуги без номерà; е) операционни системи; ж) уеб браузъри; з) виртуални асистенти; и) компютърни услуги „в облак“; й) онлайн рекламни услуги, включително всякакви рекламни мрежи, рекламни борси и всякакви други посреднически рекламни услуги, предоставяни от предприятие, предоставящо някоя от основните платформени услуги, изброени в букви а)–и).

2.2 Обхват на становището

29. Комитетът е съгласен с искащите НО, че от гледна точка на защитата на данните моделите „съгласие или плащане“ повдигат основни въпроси, по-специално по отношение на тълкуването и прилагането на понятието за съгласие, посочено в член 8 от Хартата на основните права на Европейския съюз и в членове 4, 5, 6 и 7 от ОРЗД.
30. Въпреки че следва да се припомни, че понятието за съгласие в ОРЗД се прилага за всеки администратор, който иска да се позове на това правно основание, настоящото становище е съсредоточено върху конкретните въпроси, които възникват във връзка с валидността на съгласието, искано от големи онлайн платформи, прилагащи моделите „съгласие или плащане“, както е посочено в искането. Възможно е тези платформи да са в единствено по рода си положение по отношение на някои от критериите за валидно съгласие, например по отношение на наличието на неравнопоставеност в отношенията. Използването на термина „администратор(и)“ в настоящото становище следва да се разбира като обхващащо големите онлайн платформи, както е определено в раздел 2.1.3 по-горе.
31. С оглед на гореизложеното настоящото становище се отнася до оценката на валидността на съгласието, когато то се използва като правно основание за обработване на лични данни за целите на поведенческата реклама в интернет в рамките на моделите „съгласие или плащане“, прилагани от големите онлайн платформи. Факторите, изтъкнати в настоящото становище, обикновено се прилагат за големите онлайн платформи, но не само за тях. Някои от съображенията, изразени в становището, могат да се окажат полезни в по-общ план за прилагането на понятието за съгласие в контекста на моделите „съгласие или плащане“.
32. ЕКЗД припомня, че в съответствие с член 51, параграф 1 от ОРЗД надзорните органи „са отговорни за наблюдението на прилагането на [ОРЗД], за да се защитят основните права и свободи на физическите лица във връзка с обработването и да се улесни свободното движение на личните данни в рамките на Съюза“²⁶. Освен това съгласно член 51, параграф 2 от ОРЗД „Всеки надзорен орган допринася за последователното прилагане на [ОРЗД] в рамките на Съюза“. Ето защо надзорните органи са компетентни да оценяват валидността на съгласието, използвано като правно основание за обработване на лични данни, включително когато такова съгласие се събира във връзка с моделите „съгласие или плащане“, при които личните данни се обработват за целите на поведенческата реклама в интернет.
33. В съответствие с гореизложеното настоящото становище предоставя рамка за администраторите и компетентните органи за оценка на валидността на съгласието при моделите „съгласие или плащане“, като последователно се разглежда всяко от изискванията, които съставляват съгласието съгласно ОРЗД. Важно е да се отбележи, че е необходима оценка на критериите за всеки отделен случай.

3 ПРАВНА УРЕДБА

3.1 Съответни разпоредби на ОРЗД

34. За целите на настоящото становище ЕКЗД счита, че основните съответни разпоредби на ОРЗД включват членове 4, 5, 6 и 7, както и съображения 32, 42 и 43.

²⁶ Вж. също член 57, параграф 1 от ОРЗД, в който са изброени задачите на надзорните органи.

35. В член 4, точка 11 от ОРЗД съгласието е определено като „всяко свободно изразено, конкретно, информирано и недвусмислено указание за волята на субекта на данните, посредством изявление или ясно потвърждаващо действие, което изразява съгласието му свързаните с него лични данни да бъдат обработени“. Предоставянето на съгласие от страна на субекта на данни е едно от законните основания за обработване на лични данни, посочени в член 6, параграф 1, буква а) от ОРЗД²⁷.
36. Освен това е важно да се припомнят и изискванията към администраторите да обработват лични данни в съответствие с всички приложими разпоредби на ОРЗД, и по-специално с принципите за защита на данните, установени в член 5 от ОРЗД²⁸, и с принципа за защита на данните на етапа на проектирането и по подразбиране, установен в член 25 от ОРЗД²⁹.
37. В член 7 и съображения 32, 42 и 43 от ОРЗД се съдържат допълнителни изисквания и насоки относно начина, по който администраторите трябва да спазват основните елементи на изискванията за съгласие.
38. По-специално в член 7 от ОРЗД се определят условията за валидност на съгласието, като на първо място се посочва, че „[к]огато обработването се извършва въз основа на съгласие, администраторът трябва да е в състояние да докаже, че субектът на данни е дал съгласие за обработване на личните му данни“. Това е свързано и с принципа на отчетност, установен в член 5, параграф 2 от ОРЗД.
39. В член 7, параграф 2 от ОРЗД се предвижда, че „Ако съгласието на субекта на данните е дадено в рамките на писмена декларация, която се отнася и до други въпроси, искането за съгласие се представя по начин, който ясно да го отличава от другите въпроси, в разбираема и лесно достъпна форма, като използва ясен и прост език“ и че „Никоя част от такава декларация, която представлява нарушение на [ОРЗД] не е обвързваща“.
40. В член 7, параграф 3 се подчертава правото на субекта на данни да оттегли съгласието си по всяко време. В това отношение „[о]ттеглянето на съгласието не засяга законосъобразността на обработването, основано на дадено съгласие преди неговото оттегляне“. Субектът на данни се информира за това, преди да даде съгласието си. В ОРЗД също така се посочва, че „[о]ттеглянето на съгласие е също толкова лесно, колкото и даването му“.
41. Член 7, параграф 4 от ОРЗД гласи, че „[к]огато се прави оценка дали съгласието е било свободно изразено, се отчита най-вече дали, *inter alia*, изпълнението на даден договор, включително

²⁷ По-конкретно член 6, параграф 1, буква а) от ОРЗД гласи, че „Обработването е законосъобразно, само ако и доколкото е приложимо поне едно от следните условия: а) субектът на данните е дал съгласие за обработване на личните му данни за една или повече конкретни цели“.

²⁸ Вж. също Насоки на ЕКЗД относно изпращането на персонализирано съдържание, точка 58: „ЕКЗД припомня, че получаването на съгласие не отменя, нито намалява по какъвто и да е начин задълженията на администратора да спазва принципите на обработване, залегнали в ОРЗД, особено в член 5 от ОРЗД, по отношение на добросъвестността, необходимостта и пропорционалността, както и качеството на данните. Дори обработването на лични данни да се извършва въз основа на изразено от субекта на данни съгласие, това не би узаконило изпращането на персонализирано съдържание, което е непропорционално и недобросъвестно“. Вж. също Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 5.

²⁹ Вж. Насоки № 4/2019 относно член 25, Защита на данните на етапа на проектирането и по подразбиране, версия 2.0, приети на 20 октомври 2020 г. (наричани по-нататък „Насоки относно защитата на данните на етапа на проектирането и по подразбиране“).

предоставянето на дадена услуга, е поставено в зависимост от съгласието за обработване на лични данни, което не е необходимо за изпълнението на този договор“.

3.2 Допълнителни правни инструменти

42. ЕКЗД е наясно, че някои аспекти на моделите „съгласие или плащане“ могат да попаднат и в обхвата на други правни инструменти на ЕС, които, въпреки че се считат за попадащи извън обхвата на настоящото становище, е целесъобразно да бъдат припомнени.
43. ЕКЗД припомня, че понятието „съгласие“ съгласно ОРЗД е от значение и за целите на прилагането на Директивата за правото на неприкосновеност на личния живот и електронни комуникации³⁰ и актовете за изпълнение на национално равнище³¹. В член 2, буква е) от Директивата за правото на неприкосновеност на личния живот и електронни комуникации се предвижда допълнително, че съгласието на потребител или абонат отговаря на съгласието на субекта на данни в ОРЗД. Въпреки че настоящото становище е съсредоточено върху тълкуването на съгласието като правно основание за обработване на лични данни в съответствие с член 6, параграф 1, буква а) от ОРЗД, съображенията в него относно понятието за съгласие са от значение и за Директивата за правото на неприкосновеност на личния живот и електронни комуникации като *lex specialis*³².
44. ЕКЗД отбелязва, че някои аспекти на въпроса, повдигнат в искането, са от значение също така за потребителското и конкурентното право и могат да бъдат разгледани и в рамките на правни инструменти, като например, наред с другото, Директива 2005/29/ЕО за нелоялни търговски практики³³. Дори настоящото становище да не се отнася до тези други области на правото или правни инструменти, то може да се позове на понятията или правилата в тях, за да се изградят съответни критерии за анализ и да се насърчи съгласуваното прилагане на правото на ЕС.

³⁰ Директива 2002/58/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 12 юли 2002 г. относно обработването на лични данни и защита на правото на неприкосновеност на личния живот в сектора на електронните комуникации (Директива за правото на неприкосновеност на личния живот и електронни комуникации), изменена с Директива 2006/24/ЕО и Директива 2009/136/ЕО.

³¹ Вж. съображение 173 от ОРЗД, в което се изяснява връзката *lex specialis—lex generalis* между Директива 2002/58/ЕО и ОРЗД.

³² Например член 5, параграф 3 от Директивата за правото на неприкосновеност на личния живот и електронни комуникации, съгласно който се изисква съгласие за достъп или съхранение на информация в крайно оборудване, освен ако не се прилага изключение. Вж. ЕКЗД, Становище 5/2019 относно взаимодействието между Директивата за правото на неприкосновеност на личния живот и електронни комуникации и ОРЗД, по-специално що се отнася до компетентността, задачите и правомощията на органите за защита на данните, прието на 12 март 2019 г., точка 40.

³³ Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 май 2005 г. относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар и изменение на Директива 84/450/ЕИО на Съвета, Директиви 97/7/ЕО, 98/27/ЕО и 2002/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета, и Регламент (ЕО) № 2006/2004 на Европейския парламент и на Съвета („Директива за нелоялни търговски практики“). Други правни инструменти, които са от значение от гледна точка на потребителското право, включват например Директива 2011/83/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 25 октомври 2011 г. относно правата на потребителите и Директива 93/13/ЕИО на Съвета от 5 април 1993 г. относно неравноправните клаузи в потребителските договори.

45. ЕКЗД е наясно, че Директива (ЕС) 2019/770 за някои аспекти на договорите за предоставяне на цифрово съдържание и цифрови услуги („Директивата за цифровото съдържание“)³⁴ също може да е от значение.
46. Освен това ЕКЗД отбелязва, че в някои разпоредби на Акта за цифровите пазари (АЦП)³⁵, например член 5, параграф 2, се установяват специфични правила за така наречените „контролиращи достъпа предприятия“, които обработват лични данни³⁶, и че член 5, параграф 2 от АЦП препраща към понятието за съгласие в съответствие с ОРЗД.
47. Освен това ЕКЗД отбелязва, че Акта за цифровите услуги (АЦУ) предвижда специфични задължения за доставчиците на онлайн платформи, както и за доставчиците на много големи онлайн платформи³⁷. Настоящото становище се позовава на съответните разпоредби на АЦП и АЦУ, доколкото това е необходимо за насърчаване на съгласуваното прилагане на правото на ЕС³⁸.
48. Като взе предвид, че конкурентното право и правото на защита на потребителите са от значение по отношение на някои аспекти на моделите „съгласие или плащане“, ЕКЗД потърси мнението на националните регулатори и регулаторите на ЕС в тези области на правото по темата за моделите „съгласие или плащане“.

3.3 Резюме на решението по дело *Bundeskartellamt*

49. В решението си от 4 юли 2023 г., постановено по преюдициално запитване, Съдът на ЕС разглежда няколко въпроса. Първият от поставените на Съда въпроси беше дали при разследване на потенциална злоупотреба с господстващо положение съгласно конкурентното право органът за защита на конкуренцията може да провери дали въпросното предприятие е имало поведение, което не е в съответствие с ОРЗД³⁹. В отговора си Съдът подчертава задължението за лоялно сътрудничество между органите за защита на конкуренцията и надзорните органи за защита на данните⁴⁰. Допълнителните въпроси са свързани с тълкуването на член 9 от ОРЗД⁴¹ и член 6, параграф 1 от ОРЗД (букви б, г, д, е)⁴².

³⁴ Директива (ЕС) 2019/770 на Европейския парламент и на Съвета от 20 май 2019 г. за някои аспекти на договорите за предоставяне на цифрово съдържание и цифрови услуги („Директивата за цифровото съдържание“).

³⁵ Регламент (ЕС) 2022/1925 (законодателен акт за цифровите пазари).

³⁶ В тази връзка от значение са и съображения 36 и 37 от АЦП.

³⁷ По-специално в член 33, параграф 1 от АЦУ се предвижда, че „Настоящият раздел [5 от АЦУ] се прилага за онлайн платформи ..., чийто брой средномесечни активни получатели на услугата в Съюза е равен на или по-голям от 45 милиона и които са определени като много големи онлайн платформи ... съгласно параграф 4“.

³⁸ Установената съдебна практика на Съда на ЕС предвижда, че когато два правни акта на ЕС с еднаква йерархична стойност не установяват приоритет на единия спрямо другия, те следва да се прилагат по съвместим начин, който позволява тяхното съгласувано прилагане. Вж. решение на Общия съд от 3 март 2018 г. по дело Малта/Комисия, T-653/16, ECLI:EU:T:2018:241, точка 137.

³⁹ Решение на Съда по дело *Bundeskartellamt*, точки 36—63.

⁴⁰ Решение на Съда по дело *Bundeskartellamt*, точка 53.

⁴¹ Въпрос, свързан с тълкуването на член 9, параграф 1 от ОРЗД, е разгледан от Съда в точки 64—85 от решението на Съда по дело *Bundeskartellamt*.

⁴² По-конкретно точки 86—139 от решението на Съда по дело *Bundeskartellamt*. Точки 86 и 97—126 от решението на Съда по дело *Bundeskartellamt* се отнасят до член 6, параграф 1, буква б) и член 6, параграф

50. Последнотопитане в решението по дело *Bundeskartellamt*, както припомнят искащите НО, се отнася до въпроса дали „съгласието, което ползвателят на социална онлайн мрежа е дал на оператора на такава мрежа, може да се счита, че отговаря на условията за валидност, предвидени в член 4, точка 11 от [ОРЗД], и по-специално на условието това съгласие да е дадено свободно, когато този оператор има господстващо положение на пазара на социални онлайн мрежи“⁴³.
51. На първо място, Съдът на ЕС припомня определението за съгласие в член 4, точка 11 от ОРЗД, както и член 7, параграф 4 и съображения 42 и 43 от ОРЗД⁴⁴. Както е посочено в искането, Съдът на ЕС заявява, че наличието на господстващо положение на доставчик на социални онлайн мрежи „само по себе си не изключва възможността ползвателите на тази социална мрежа да дадат валидно съгласие, по смисъла на член 4, точка 11 от [ОРЗД], за извършването от този оператор обработване на личните им данни“⁴⁵.
52. Съдът на ЕС обаче уточнява, че господстващото положение е „важен фактор за преценката дали съгласието действително е било дадено валидно, и по-специално свободно, което посоченият оператор носи тежестта да докаже“⁴⁶. Това е така, защото това обстоятелство „може да засегне свободата на избор на този ползвател, който може да не е в състояние да откаже или да оттегли съгласието си, без това да доведе до вредни последици“⁴⁷ и „може да доведе до очевидна неравнопоставеност ... между субекта на данните и администратора“⁴⁸.
53. Освен това, въпреки че не е от основно значение за определението, Съдът на ЕС споменава, че когато се окаже, че определени операции по обработване на данни не са необходими за изпълнението на договор⁴⁹, „тези ползватели трябва да имат свободата да откажат индивидуално, в хода на процеса по сключване на договора, да дадат съгласието си [за тях], без обаче да са принудени да се откажат изцяло от ползването на предлаганата от оператора на социалната онлайн мрежа услуга, което предполага на посочените ползватели, евентуално срещу подходящо възнаграждение, да се предложи равностойна алтернатива, която не се съпътства от такива операции по обработване на данни“⁵⁰.
54. Съдът на ЕС също така подчертава, че „се смята, че съгласието не е дадено свободно, ако не се предоставя възможност да бъде дадено отделно съгласие за различните операции по обработване на лични данни, макар и да е подходящо в конкретния случай“, като се позова на съображение 43 от ОРЗД. Освен това той определя „обхвата на въпросното обработване на данни“ и „значителните му последици за ползвателите на тази мрежа“, както и основателните

1, буква е) от ОРЗД. Точки 127—139 от решението на Съда по дело *Bundeskartellamt* се отнасят до член 6, параграф 1, буква г) и член 6, параграф 1, буква д) от ОРЗД.

⁴³ Искане, раздел II („Контекст и обосновка на настоящото искане“), Б. Връзката между съгласието и моделите „съгласие или плащане“, стр. 3, с позоваване на точка 140 от решението на Съда по дело *Bundeskartellamt*.

⁴⁴ Решение на Съда по дело *Bundeskartellamt*, точки 142—145.

⁴⁵ Вж. решението на Съда по дело *Bundeskartellamt*, точка 154.

⁴⁶ Вж. решението на Съда по дело *Bundeskartellamt*, точка 154.

⁴⁷ Решение на Съда по дело *Bundeskartellamt*, точка 148, с позоваване на съображение 42 от ОРЗД.

⁴⁸ Решение на Съда по дело *Bundeskartellamt*, точка 149, с позоваване на съображение 43 и член 7, параграф 4 от ОРЗД.

⁴⁹ В това отношение Съдът се позовава също на точка 149 и на точки 102—104 по-горе.

⁵⁰ Искане, раздел II („Контекст и обосновка на настоящото искане“), Б. Връзката между съгласието и моделите „съгласие или плащане“, стр. 3, с позоваване на точка 140 от решението на Съда по дело *Bundeskartellamt*.

очаквания на ползвателите, като особено важни фактори в конкретния случай. По този начин Съдът на ЕС връща делата на запитващата юрисдикция, като посочва, че тя следва да провери дали ползвателите имат възможност да дадат отделно съгласие за обработването на данни, свързани с поведението им в рамките на социалната мрежа, и на данни, събрани „извън платформата“⁵¹.

3.4 Съществуващи насоки на ЕКЗД

55. Различни насоки, приети от ЕКЗД, са от значение за настоящото становище⁵². В това отношение от особено значение са Насоки 5/2020 на ЕКЗД относно съгласието⁵³. В тях се разглеждат условията за свободно изразено съгласие от субектите на данни, както и другите елементи на валидното съгласие. Въпреки това с Насоки 5/2020 не се отговаря изцяло на въпроса, поставен пред ЕКЗД от искащите НО, тъй като в тях не се обяснява как общите насоки на ЕКЗД относно съгласието следва да се прилагат в рамките на моделите „съгласие или плащане“, прилагани от големи онлайн платформи, които привличат голям брой ползватели в ЕИП и обработват техните лични данни за целите на поведенческата реклама в интернет въз основа на съгласие⁵⁴. Поради това е целесъобразно ЕКЗД да отговори на въпроса, повдигнат в искането, като издаде становище на ЕКЗД съгласно член 64, параграф 2 от ОРЗД.
56. Тъй като целта на настоящото становище е да предостави рамка, въз основа на която да се оценяват моделите „съгласие или плащане“, прилагани от големите онлайн платформи, всяко от кумулативните изисквания, които съставляват съгласието в съответствие с ОРЗД, ще бъде разгледано последователно.

4 ОЦЕНКА НА ЕКЗД

4.1 Принципи и общи констатации

57. В член 5 от ОРЗД се определят принципите за обработване на лични данни. В това отношение ЕКЗД вече поясни, че получаването на съгласие не освобождава администратора от задължението да спазва всички принципи, посочени в член 5 от ОРЗД⁵⁵ (както и останалите задължения, предвидени в ОРЗД). **Дори обработването да се основава на съгласие, това не оправдава събирането на лични данни извън необходимото за конкретната цел или по начин, който е недобросъвестен спрямо субектите на данни**⁵⁶.

⁵¹ Решение на Съда по дело *Bundeskartellamt*, точка 151.

⁵² Те включват Насоки на ЕКЗД относно съгласието, както и Насоки на ЕКЗД относно изпращането на персонализирано съдържание.

⁵³ Насоки на ЕКЗД относно съгласието.

⁵⁴ В Насоките на ЕКЗД относно съгласието ЕКЗД изяснява позицията си относно така наречените „стени за бисквитки“, при които субектите на данни имат възможност да избират между съгласие за съхраняване на информация в тяхното крайно оборудване и отказ от достъп до услугата. Това е пример за ситуация, при която съгласието, предоставено от субектите на данни, не може да се счита за „свободно изразено“.

⁵⁵ Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 5 („Освен това получаването на съгласие не отменя, нито намалява по какъвто и да е начин задълженията на администратора да спазва принципите на обработване, залегнали в ОРЗД“).

⁵⁶ Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 5 („Дори обработването на лични данни да се извършва въз основа на съгласие, изразено от субекта на данни, това не би узаконило събирането на данни, което не е необходимо за конкретна цел на обработването и би било принципно недобросъвестно“).

58. Обработването следва да е съобразено с принципите на **необходимост и пропорционалност**⁵⁷. Спазването на принципите на **ограничение на целите и свеждане на данните до минимум**⁵⁸ е от решаващо значение. Съгласно принципа на ограничение на целите личните данни трябва бъдат събирани за конкретни, ясни и законни цели⁵⁹. Администраторите са отговорни за ясното определяне на целите на обработването, включително по отношение на обработването, извършвано за целите на поведенческата реклама в интернет⁶⁰. Освен това администраторите трябва да осигурят спазването на принципа на свеждане на данните до минимум⁶¹, съгласно който личните данни следва да са подходящи, свързани със и ограничени до необходимото във връзка с целите, за които се обработват, и който дава израз на принципа на пропорционалност⁶². В тази връзка на първо място администраторите следва да определят дали е необходимо да обработват лични данни за постигането на съответните цели и **да проверят дали съответните цели могат да бъдат постигнати посредством по-малко натрапчиви средства или чрез обработване на по-малко лични данни**, или с по-малко подробни или обобщени лични данни⁶³. Раздел 4.2.1.1 по-долу е от значение за този въпрос.
59. ЕКЗД отбелязва, че поведенческата реклама в интернет може да доведе до събиране и компилиране на възможно най-много лични данни за физическите лица и техните дейности, като потенциално може да се наблюдава целият им живот, както онлайн, така и офлайн⁶⁴. ЕКЗД счита, че при оценката на спазването на принципа на свеждане на данните до минимум трябва да се вземат предвид мащабът и намесата на обработването в личния живот. Поради това прекомерното проследяване, което включва съчетаване на различни източници на данни от различни уебсайтове, е по-трудно съвместимо с принципа на свеждане на данните до минимум, отколкото например система за персонализирана реклама, при която самите ползватели активно и съзнателно определят своите предпочитания.
60. Дейностите по обработването следва винаги да са съобразени с принципа на **добросъвестност**⁶⁵. Ключовите елементи на принципа на добросъвестност включват, наред с другото, необходимостта обработването да съответства на разумните очаквания на субектите на данни, необходимостта администраторът да не дискриминира неоснователно субектите на данни или да не се възползва от техните нужди или уязвимости, необходимостта да се избягват или да се отчитат ситуации на неравноправни възможности, както и необходимостта да се избягват заблуждаващи или манипулативни формулировки или представяне⁶⁶. В тази връзка ЕКЗД

⁵⁷ Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 5 („Освен това получаването на съгласие не отменя, нито намалява по какъвто и да е начин задълженията на администратора да спазва принципите на обработване, залегнали в ОРЗД, особено в член 5 от ОРЗД, по отношение на добросъвестността, необходимостта и пропорционалността, както и качеството на данните.“)

⁵⁸ Член 5, параграф 1, букви б) и в) от ОРЗД.

⁵⁹ Насоки на ЕКЗД относно защитата на данните на етапа на проектирането и по подразбиране, раздел 3.4.

⁶⁰ Насоки на ЕКЗД относно защитата на данните на етапа на проектирането и по подразбиране, точка 72 (с позоваване на елементите „предварително определяне“ и „конкретност“ на целите като част от принципа на ограничение на целите).

⁶¹ Насоки на ЕКЗД относно защитата на данните на етапа на проектирането и по подразбиране, раздели 3.4 и 3.5.

⁶² Решение по дело C-439/19 (*Latvijas Republikas Saeima*), точка 98.

⁶³ Насоки на ЕКЗД относно защитата на данните на етапа на проектирането и по подразбиране, точки 51 и 74.

⁶⁴ Вж. раздел 2.1.2 по-горе.

⁶⁵ Член 5, параграф 1, буква а) от ОРЗД.

⁶⁶ Насоки на ЕКЗД относно защитата на данните на етапа на проектирането и по подразбиране, точка 70.

напомня за необходимостта да се избягват тъмни модели⁶⁷. Освен това администраторът следва да вземе предвид по-широкото въздействие на обработването върху правата и достойнството на физическите лица и да предостави възможно най-висока степен на автономност на субектите на данни⁶⁸. Това е от основно значение за администраторите, особено когато обработването, което извършват, е особено инвазивно. ЕКЗД отбелязва също, че добросъвестността може да служи като лесно разбираем критерий или отправна точка за администраторите, когато оценяват модела „съгласие или плащане“. В тази връзка е важно администраторите да могат да докажат защо смятат, че определени избори са в съответствие с принципа на добросъвестност, както е описано в предходната точка. Това е особено важно, ако администраторът стеснява обхвата на избора на физическото лице (например като не предоставя безвъзмездна алтернатива без поведенческа реклама в интернет, както е описано по-долу в раздел 4.2.1.1) или може да рискува да повлияе неправомерно на избора на субекта на данни (например като начислява такса, която на практика възпрепятства субектите на данни да направят свободен избор).

61. От администраторите се очаква също така да спазват принципа на **прозрачност**. В изпълнение на този принцип администраторите следва да дадат възможност на субектите на данни лесно да разберат как техният избор ще се отрази на обработването на личните им данни⁶⁹. Що се отнася до съгласието, то е описано по-долу в раздел 4.2.2.
62. В съответствие с член 25, параграф 1 от ОРЗД администраторът спазва принципа на **защита на данните на етапа на проектирането**. Това означава, че той прилага подходящи технически и организационни мерки, разработени с цел прилагане на принципите на защита на данните, и въвежда необходимите гаранции в процеса на обработване, за да се спазят нормативните изисквания и да се защитят правата и свободите на субектите на данни⁷⁰.
63. Освен това, в съответствие с член 25, параграф 2 от ОРЗД, администраторът спазва принципа на **защита на данните по подразбиране**. Това означава, че той следва да отговаря за въвеждането на такива настройки и опции по подразбиране, които да позволяват само обработване, което е строго необходимо за постигане на определената законосъобразна цел. Това означава, че по подразбиране, администраторът не събира повече данни, отколкото са необходими, не извършва обработване на събраните данни, надхвърлящо необходимото за съответните цели, нито ги съхранява за по-дълъг период от необходимото⁷¹.
64. Децата се ползват със специална защита, особено по отношение на профилирането и целите на маркетинга⁷². По-специално **децата** не следва да бъдат обект на поведенческа реклама в интернет⁷³ и в по-широк план не следва да се сблъскват с моделите „съгласие или плащане“, които изискват съгласие за такова обработване.

⁶⁷ ЕКЗД, Насоки 3/2022 относно тъмните модели в интерфейсите на платформите на социалните медии: Как да ги разпознаем и избегнем, версия 2.0, приети на 14 февруари 2023 г. (наричани по-нататък „Насоки на ЕКЗД относно тъмните модели“).

⁶⁸ Насоки на ЕКЗД относно защитата на данните на етапа на проектирането и по подразбиране, точка 70.

⁶⁹ Съображение 39 от ОРЗД; Насоки на РГ29 относно прозрачността, точка 4; Насоки на ЕКЗД относно защитата на данните на етапа на проектирането и по подразбиране, точка 66.

⁷⁰ Насоки на ЕКЗД относно защитата на данните на етапа на проектирането и по подразбиране, точка 7.

⁷¹ Насоки на ЕКЗД относно защитата на данните на етапа на проектирането и по подразбиране, точка 42.

⁷² Съображение 38 от ОРЗД.

⁷³ Вж. също член 28, параграф 2 от АЦУ.

65. От особена важност в това отношение е принципът на **отчетност** в член 5, параграф 2 от ОРЗД, който гласи, че администраторът носи отговорност и трябва да е в състояние да докаже спазването на другите принципи на член 5 от ОРЗД⁷⁴. Що се отнася до съгласието, в член 7, параграф 1 изрично се посочва, че когато се основава на съгласието като правно основание, администраторът трябва да е в състояние да докаже, че субектите на данни са дали съгласие за обработването. Както посочва Съдът на ЕС в решението си по дело *Bundeskartellamt*⁷⁵, администраторът трябва да може да докаже, че съгласието на субекта на данни е дадено свободно с оглед на обстоятелствата на ситуацията на обработване и че са изпълнени всички други условия за валидно съгласие.

4.2 Изисквания за валидно съгласие

66. В настоящото становище ще бъде разгледано последователно всяко от кумулативните изисквания, които съставляват съгласието в съответствие с ОРЗД, за да се отговори на въпроса при какви обстоятелства и условия моделите „съгласие или плащане“, свързани с поведенческата реклама в интернет, могат да бъдат прилагани от големите онлайн платформи по начин, който представлява валидно и по-специално свободно изразено съгласие.

4.2.1 Свободно изразено съгласие

67. Критерият за „свободно изразено съгласие“ е от основно значение за разбирането на съгласието като правно основание за обработване на лични данни. Отличителният характер на съгласието като правно основание за обработване се състои в това, че законността на обработването се определя от решението на субекта на данни („недвусмислено указание за волята на субекта на данните“) и най-вече от неговата свобода на избор да вземе това решение.
68. Администраторите трябва да гарантират, че субектите на данни имат реална свобода на избор, когато са помолени да дадат съгласието си за обработване на техните лични данни, и не могат да ограничават автономията на субектите на данни, като правят така, че да е по-трудно да се даде отказ, отколкото съгласие⁷⁶. Това се подкрепя и от една от основните цели на ОРЗД, а именно да се предостави на субектите на данни контрол върху техните лични данни⁷⁷. За да бъде съгласието свободно изразено, субектите на данни трябва да могат сами да определят дали обработването може да се осъществи без неподходящо влияние от страна на администратора или други лица⁷⁸, както и да им бъде предоставена подходяща информация за обработването⁷⁹.
69. ЕКЗД вече е заявявал, че думата „свободно“ предполага действителен избор и контрол от страна на субектите на данни и че в съответствие с ОРЗД „ако субектът на данни няма действителен избор, чувства се принуден да даде съгласието си или ще понесе отрицателни последствия, ако

⁷⁴ Вж. в тази връзка решение на Съда на ЕС по дело C-175/20, „SS“ SIA/*Valsts ieņēmumu dienests*, ECLI:EU:C:2022:124, точка 77.

⁷⁵ Решение на Съда по дело *Bundeskartellamt*, точка 152.

⁷⁶ Същото важи и за оттеглянето на съгласието, вж. член 7, параграф 2 от ОРЗД.

⁷⁷ Вж. съображения 7, 42 и 43 от ОРЗД. Принципът на прозрачност и правата на субектите на данни в глава III от ОРЗД са други примери за правила, които имат за цел да засилят контрола на субектите на данни върху техните лични данни.

⁷⁸ Вж. в тази връзка Насоки на ЕКЗД относно тъмните модели, като се има предвид, че както е посочено в точка 3 от тях, „тъмните модели“ могат да възпрепятстват способността на субектите на данни да дадат информирано и свободно съгласие.

⁷⁹ В тази връзка съображенията, изложени в раздел 4.2.2 относно информираното съгласие, са уместни и следва да бъдат взети предвид.

не го направи, тогава съгласието няма да бъде валидно⁸⁰. Както бе подчертано от ЕКЗД на няколко пъти, съгласието може да се счита за валидно само ако субектът на данни е в състояние на направи действителен избор и не съществува риск от измама, сплашване, принуда или значителни отрицателни последствия, ако субектът на данни не изрази съгласие. Съгласието няма да бъде свободно изразено в случаите, в които е налице какъвто и да е елемент на принуда, натиск или невъзможност да се упражни свободна воля⁸¹.

70. В ОРЗД се предвиждат няколко критерия, които следва да се използват, за да се прецени дали контекстът и обстоятелствата, при които се извършва обработването на данни, предоставят на субектите на данни достатъчно самостоятелност, за да може тяхното съгласие да се счита за „свободно изразено“. Както е обяснено от ЕКЗД в неговите Насоки относно съгласието, основните критерии, които трябва да се вземат предвид при оценката на валидността на съгласието, са дали субектът на данни е претърпял вредни последици от липсата на съгласие или оттеглянето му; дали е налице неравнопоставеност в отношенията между субекта на данни и администратора; дали се изисква съгласие за достъп до стоки или услуги, въпреки че обработването не е необходимо за изпълнението на договора (обвързаност с условия); и дали субектът на данни може да даде съгласието си за различни операции по обработване (разграничаване)⁸². Съдът на ЕС също заявява в решението си по дело *Bundeskartellamt*, че това са основните съображения за това дали съгласието на субекта на данни е валидно⁸³.
71. Трябва да се прецени дали критериите са изпълнени във всеки отделен случай във връзка с конкретната ситуация на обработване. Администраторите следва да могат да докажат, че съгласието е свободно изразено. В това отношение, въпреки че критериите са взаимосвързани, всеки от тях трябва да се спазва в момента, в който субектът на данни дава съгласието си за обработването. Например, ако администраторът предприеме стъпки за избягване на всякаква обвързаност с условия, но липсата на съгласие би довела до вредни последици за субекта на данни, съгласието няма да бъде свободно изразено.

4.2.1.1 *Предоставяне на безвъзмездна алтернатива без поведенческа реклама в интернет*

72. Както е описано в предходния раздел, субектите на данни следва да се ползват с действителна и истинска свобода на избор, когато са помолени да дадат съгласието си за обработването на техните лични данни. В този смисъл, свободата на избор, с която се ползва субектът на данни, зависи и от възможностите, които се предлагат на ползвателите.
73. **Предлагането на (само) платена алтернатива на услугата, която включва обработване за целите на поведенческата реклама в интернет, не следва да бъде стандартният начин за действие за администраторите.** Обратното, при разработването на алтернатива на варианта на услугата с поведенческа реклама в интернет, **администраторите следва да обмислят възможността да предоставят на субектите на данни „равностойна алтернатива“, която не изисква плащане на такса,** като например безвъзмездна алтернатива без поведенческа реклама в интернет, както е описано по-долу в този раздел.
74. **Ако администраторите решат да предоставят на субектите на данни „равностойна алтернатива“, която включва плащане на такса,** ЕКЗД подчертава, че следва да се обърне специално внимание на елементите, съдържащи се в настоящото становище, като например

⁸⁰ Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 13.

⁸¹ Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 24.

⁸² Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точки 13—54.

⁸³ Решение на Съда по дело *Bundeskartellamt*, точки 143—146.

тези, включени в раздели 4.2.1.4.1 и 4.2.1.4.2. В такива случаи, за да се осигури истински избор и да се избегне поставянето на ползвателите пред избор от две възможности — между плащането на такса и даването на съгласие за обработване за целите на поведенческата реклама в интернет — **администраторите следва да обмислят възможността да предложат и допълнителна безвъзмездна алтернатива** („безвъзмездна алтернатива без поведенческа реклама в интернет“).

75. Тази алтернатива не трябва да води до обработване за целите на поведенческата реклама в интернет и може да бъде **например** вариант на услугата с **различна форма на реклама, включваща обработване на по-малко лични данни (или без никакво обработване на лични данни)**, например контекстуална или обща реклама или реклама, основана на теми, които субектът на данни е избрал от списък с теми на интереси. Това е свързано и с принципа на свеждане на данните до минимум, както е посочено в раздел 4.1: администраторите следва да гарантират, че се обработват само лични данни, които са необходими за целите на пускането на такава реклама. Във всички случаи администраторите следва да имат предвид необходимостта от спазване на член 6 от ОРЗД и член 5, параграф 3 от Директивата за правото на неприкосновеност на личния живот и електронни комуникации, когато това е приложимо.
76. Въпреки че големите онлайн платформи не са задължени винаги да предлагат безвъзмездни услуги, предоставянето на тази допълнителна алтернатива на субектите на данни **засилва свободата им на избор**. Това **улеснява доказването от страна на администраторите, че съгласието е свободно изразено**.
77. ЕКЗД счита, че предоставянето или непредоставянето на безвъзмездна алтернатива без поведенческа реклама в интернет, е **особено важен фактор, който трябва да се вземе предвид, когато се преценява дали субектите на данни могат да упражнят действителен избор** и следователно дали съгласието е валидно. Както е посочено в отговора на инициативата на Комисията за поемане на задължение за предоставянето на избор при използване на „бисквитки“, при оценката на валидността на съгласието и на това дали субектът на данни е в състояние да упражни действителен избор⁸⁴, ЕКЗД счита за важно, наред с другото, дали на потребителя освен услуга, използваща технология за проследяване и платена услуга, се предлага и друг вид услуга, например такава, която включва по-малко натрапчива форма на реклама.
78. Безвъзмездната алтернатива без поведенческа реклама в интернет, предложена като допълнителен вариант, би изиграла **съществена роля за премахване, намаляване или смекчаване на вредните последици**, които може да възникнат за потребителите, които не са дали съгласието си, от това, че трябва да плащат такса за достъп до услугата или не могат да имат достъп до нея.
79. Освен това, както вече беше отбелязано от ЕКЗД, когато съществува очевидна неравнопоставеност в отношенията, съгласието може да се използва само при „изключителни обстоятелства“ и когато администраторът, в съответствие с принципа на отчетност, може да

⁸⁴ Отговор на ЕКЗД на инициативата на Комисията за доброволно поемане на задължение на предприятията за опростяване на управлението от страна на ползвателите на бисквитките и персонализирания избор на реклама, приет на 13 декември 2023 г., стр. 5 от приложението: „Когато преценява дали съгласието е валидно, ЕКЗД счита за важно, наред с другото, дали в допълнение към услугата, използваща технология за проследяване и платена услуга, се предлага друг вид услуга, например услуга с по-малко навлизаща в неприкосновеността на личния живот форма на реклама, като например контекстуална реклама, и дали субектът на данните може да упражни действителен избор.“

докаже, че няма „никакви неблагоприятни последици“ за субекта на данни, ако той не даде съгласието си, особено ако на субектите на данни е предложена алтернатива, която няма отрицателно въздействие⁸⁵. В рамките на настоящото становище такъв вариант може да бъде предлагането на безвъзмездна алтернатива без поведенческа реклама в интернет.

80. Въпросът дали администраторите предлагат безвъзмездна алтернатива без поведенческа реклама в интернет може да бъде важен и при оценката на други аспекти на свободно изразеното съгласие, като например дали е налице ситуация на обвързаност с условия, както е обяснено в раздел 4.2.1.4 от настоящото становище.
81. Когато на субектите на данни се представят различни възможности, администраторите следва също така да гарантират, че физическите лица напълно разбират какво включва всяка възможност по отношение на обработването на данни и какви са последиците от нея. В тази връзка съображенията, изложени в раздел 4.2.2 относно информираното съгласие, са уместни и следва да бъдат взети предвид. **Яснотата на различните възможности за избор** следва да бъде отразена и в проектирането на интерфейса, тъй като в съответствие с принципа на добросъвестност следва да се избягва заблуждаващо или манипулативно представяне⁸⁶.
82. Освен това ЕКЗД припомня, че администраторите, които са контролиращи достъпа предприятия по смисъла на АЦП и/или МГОП по смисъла на АЦУ, следва да вземат предвид съответните изисквания, когато разработват алтернативни възможности за ползвателя⁸⁷.

4.2.1.2 Вредни последици

83. В съответствие със съображение 42 от ОРЗД, за да се счита съгласието за свободно дадено, субектът на данни трябва да има истински избор и да е в състояние да откаже или да оттегли съгласието си, без това да доведе до вредни последици за него, което означава без да претърпи вреди или щети⁸⁸. Възможността за отказ или оттегляне на съгласието без вредни последици трябва да бъде доказана от администратора⁸⁹.
84. Ако даден субект на данни откаже да даде съгласието си за обработване на данни за целите на поведенческа реклама в интернет и няма други безвъзмездни алтернативи, които да му

⁸⁵ Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 22 и пример 5.

⁸⁶ Вж. Насоки на ЕКЗД относно защитата на данните на етапа на проектирането и по подразбиране, точка 70. Вж. също Насоки на ЕКЗД относно тъмните модели.

⁸⁷ Вж. член 5, параграф 2 от АЦП. Освен това вж. съображение 36 от АЦП: „[с] цел да се гарантира, че контролиращите достъпа предприятия не ограничават несправедливо достъпността на основните платформени услуги, контролиращите достъпа предприятия следва да дават възможност на крайните ползватели свободно да изберат да участват в практики на обработване на данни и влизане, като предлагат по-малко персонализирана, но равностойна алтернатива, и без да обвързват използването на основната платформена услуга или някои нейни функции със съгласието на крайния ползвател.“ В съображение 37 от АЦП се добавя, че: „[п]о-малко персонализираната алтернатива не следва да бъде различна или с влошено качество в сравнение с услугата, предоставяна на крайните ползватели, които дават съгласие, освен ако влошаването на качеството не е пряка последица от това, че контролиращото достъпа предприятие не е в състояние да обработва такива лични данни или да се влиза в дадена услуга от крайните ползватели.“ Вж. също член 38 от АЦУ „[...] доставчиците на много големи онлайн платформи или много големи онлайн търсачки, които използват системи за препоръчване, предоставят за всяка от своите системи за препоръчване най-малко една възможност, която не се основава на профилиране съгласно определението в член 4, точка 4 от Регламент (ЕС) 2016/679.“

⁸⁸ Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точки 46—48. Вж. също точка 24.

⁸⁹ Вж. също Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 46.

позволят достъп до същата услуга, физическото лице ще бъде изправено пред финансови последици, тъй като ще трябва да плати такса, за да може да използва услугата. Такъв би бил особено случаят, когато са налице ефекти на „заклучване“ и ползвателят е бил в състояние да използва услугата за продължителен период от време, без да дължи такса.

85. За да се избегнат вредни последици по смисъла на съображение 42 от ОРЗД и да се гарантира, че субектите на данни имат възможност да направят истински избор, начинът, по който се предлага услугата⁹⁰, както и таксата (ако има такава), не следва да са такива, че ефективно да възпрепятстват лицата да направят свободен избор, например чрез подтикване за даване на съгласие. Следователно, въпросната такса не следва да бъде неподходящо висока, което е разгледано допълнително в раздел 4.2.1.4.2.
86. Ако субектът на данни откаже да даде съгласието си или го оттегли и не плати исканата такса, той няма да може да използва услугата, което може да доведе до вредни последици за него. В тези случаи различни фактори могат да доведат до вредни последици за физическите лица.
87. Субектите на данни може да претърпят вредни последици, ако за тях стане невъзможно да използват услуга, която е част от ежедневието им и има важна роля. Такъв би могъл да бъде например случаят с платформа, която се използва често и систематично за разпространение на информация, която може да не е лесно достъпна от други източници, или с платформа, чието използване е необходимо за достъп до определени услуги, свързани с ежедневието на лицето. Това може да е информация или обмен, на които ползвателите разчитат в ежедневието си, поради което за тях е по-трудно да не участват в платформата. Такива ситуации може да варират от важна информация по време на извънредни ситуации до получаване на информация от родителите относно социални дейности за техните деца. Освен това платформата може да бъде ключов форум за открити дебати по политически, социални, културни и икономически въпроси.
88. По същия начин използването на определени услуги на социалните медии може да е от решаващо значение за участието на субектите на данни в социалния живот. С бързите технологични нововъведения и факта, че повечето хора имат онлайн присъствие, не следва да се подценява ролята, която социалните медии играят в ежедневието и взаимодействията на хората. Много физически лица разчитат на тези платформи като важно средство за поддържане на контакт с хора, с които не общуват физически в ежедневието си, като например приятели и/или семейство. Като се има предвид, че социалните медии са особено ценна и удобна алтернатива на личното общуване, липсата на достъп до тях може да има важни последици за емоционалното и психологическото благополучие на някои ползватели. В горепосочените случаи субектите на данни могат да бъдат изключени от социалните взаимодействия, които се осъществяват в платформата, и да се почувстват социално изолирани, особено когато няма алтернативна услуга, която да предлага подобно преживяване и да се използва от социалните контакти на лицето. Същото важи и за участието в онлайн форуми за дискусии. Физическите лица може да бъдат лишени от възможността да участват в тези онлайн форуми за дискусии, въпреки че понастоящем те представляват важна част от онлайн дебатите.
89. Субектите на данни може също така да претърпят вредни последици, ако поради това, че не са платили такса и не са дали съгласието си, им е отказан достъп до професионални или ориентирани към заетостта платформи. По-конкретно, техните възможности за намиране на

⁹⁰ Въпреки че даването на съгласие често може да се извърши с еднократно действие, отказът на съгласие може да изисква от субекта на данни да премине през по-дълъг и тромав процес на плащане, евентуално свързан с допълнителни дейности по обработване на данни.

възможности за работа или за изграждане и/или поддържане на професионални мрежи може да бъдат отрицателно засегнати, те могат да се почувстват в неравностойно положение в сравнение с потребителите, които имат достъп до услугата, или да не могат да следят важни събития в съответните им сфери на дейност.

90. Освен това може да е по-вероятно да възникнат вредни последици, а може и да са с по-значителен характер, в случай на голяма онлайн платформа, в която може да са налице **ефекти на „заключване“ или мрежови ефекти**. Вредните последици от отказа на достъп до дадена услуга **може да бъдат още по-значими за ползвателите на онлайн платформи, които от самото начало не са прилагали моделите „съгласие или плащане“, но впоследствие са решили да ги въведат.**
91. **Мрежовите ефекти** може да затруднят субектите на данни при взимането на решение във връзка с отказа от ползването на услугата, поради възможността от възникване на отрицателни последици. Това е от особено значение за платформи, които разчитат на генерирано от ползвателите съдържание или на взаимодействие между потребителите, като например платформи за споделяне на видеоклипове/изображения и платформи за комуникация, като сайтове на социални медии, платформи за запознанства, дискуссионни форуми или платформи за резервации с голям брой ползватели. Ако дадена платформа има голяма потребителска база, новите и настоящите ползватели могат да сметнат, че взаимодействието с тази конкретна услуга е необходимо, за да се присъединят към цифровата общност, в която са техните приятели, семейство, колеги, или за да участват в политически дискусии или разговори. Други може да смятат, че трябва да използват дадена услуга в професионален план или че като родители трябва да използват определен сайт, за да получават информация за децата си, като например родителски групи за планиране на социални дейности за децата. Отказът от взаимодействие с платформата или изборът на друга услуга може да се окаже нереалистичен, тъй като е трудно човек да убеди например своите социални, професионални или политически кръгове да преминат от една услуга към друга, която не проследява своите ползватели.
92. Всички **ефекти на „заключване“** може също да доведат до вредни последици за субектите на данни. Ползвателите, които използват платформата от известно време, може вече да са установили своето онлайн присъствие в платформата и да са инвестирали в нея, например по отношение на връзките и взаимодействията с други потребители, създаването на съдържание, набирането на последователи и „харесвания“ и т.н. Този ефект се засилва още повече, когато ползвателят е прекарал голям период от време в платформата, например когато тя е била предлагана за по-дълъг период от време. Когато от такива потребители се изисква да платят такса или да дадат съгласието си за обработване на личните им данни за целите на поведенческата реклама в интернет, за да продължат да използват услугата, но те откажат да го направят и изгубят достъп до услугата, те рискуват да не могат да пренесат своите взаимодействия, последователи и връзки на нова платформа и/или да изгубят съдържанието и информацията, които са събрали или създали, докато са използвали услугата. Това може да включва широка гама от материали, като например лична комуникация, списъци с контакти, история на търсенията, запазени предпочитания, изображения, информационни табла, различни видове персонализирани бази данни и др. За създател на съдържание в сайт за споделяне на медии това може да доведе до много съществена и потенциално непоправима загуба, в смисъл на възможна финансова загуба, загуба на портфолиото, което създателят може да е изградил през годините в платформата, и загуба на последователи.

93. В този смисъл е важно да се припомни значението на правата на субекта на данни и фактът, че тези права винаги следва да бъдат зачитани от администратора. Дори когато физическото лице вече няма да има достъп до услугата, той продължава да има право да упражнява правата си като субект на данни в съответствие с ОРЗД, например правото на достъп до личните си данни и правото на преносимост на данните. Отговорност на администратора е да информира лицата за това, като им предостави възможност да изберат дали да дадат съгласието си, или не, и като гарантира, че възможността за упражняване на тези права ще бъде запазена.
94. Ако е налице някоя от (неизчерпателно изброените) отрицателни последици, описани в точките по-горе, предлагането само на един избор между платена услуга и услуга, включваща поведенческа реклама в интернет, въз основа на съгласието на субекта на данни, би засегнало възможността лицата да направят истински избор и да откажат съгласието си, без да претърпят вредни последици.
95. С оглед на гореизложеното е вероятно да възникнат вредни последици, когато големите онлайн платформи използват модела „съгласие или плащане“, за да получат съгласие за обработването. Както е посочено по-горе в раздел 4.2.1.1, предлагането от администратора на безвъзмездната алтернатива без поведенческа реклама в интернет като допълнителен вариант би изиграло съществена роля за премахване, намаляване или смекчаване на вредните последици, които може да възникнат за ползвателите, които не са дали съгласието си, от това, че трябва да плащат такса за достъп до услугата или не могат да имат достъп до нея.

4.2.1.3 Неравнопоставеност в отношенията

96. В първата част на съображение 43 от ОРЗД се посочва, че динамиката на отношенията между субекта на данни и администратора е от значение за оценката на това дали съгласието на субекта на данни е дадено свободно:

„За да се гарантира, че е дадено свободно, съгласието не следва да представлява валидно правно основание за обработването на лични данни в конкретна ситуация, когато е налице очевидна неравнопоставеност между субекта на данните и администратора, по-специално когато администраторът е публичен орган, поради което изглежда малко вероятно съгласието да е дадено свободно при всички обстоятелства на конкретната ситуация. (...)“

97. Тъй като „дадено свободно“ означава, че субектът на данни трябва да има самостоятелност, е необходимо да се разгледа позицията на администратора и силата, която той има в отношенията си с физическите лица. Ако в дадена ситуация е налице очевидна неравнопоставеност между администратора и субекта на данни, лицето може да се почувства принудено да вземе решение, което иначе не би взело, което накърнява свободата му на избор. Както вече беше споменато, в съображение 43 от ОРЗД ясно се посочва, че съгласието по правило не може да се използва като правно основание в ситуация на очевидна неравнопоставеност.
98. Както вече беше посочено от ЕКЗД, когато съществува очевидна неравнопоставеност, съгласието може да се използва само при „изключителни обстоятелства“ и когато администраторът, в съответствие с принципа на отчетност, може да докаже, че няма „никакви неблагоприятни последици“ за субекта на данни, ако той не даде съгласието си, особено ако на субектите на данни е предложена алтернатива, която няма отрицателно въздействие⁹¹. В рамките на

⁹¹ Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 22 и пример 5.

настоящото становище такава алтернатива може да бъде предлагането на безвъзмездна алтернатива без поведенческа реклама в интернет (вж. раздел 4.2.1.1).

99. Всички администратори, които използват съгласието като правно основание, трябва да преценят дали се намират в ситуация на очевидна неравнопоставеност в отношенията. Когато администраторът е „голяма онлайн платформа“ в съответствие с определението за целите на настоящото становище, може да се вземат предвид някои елементи, за да се провери дали е налице ситуация на очевидна неравнопоставеност в отношенията. Няколко от тези неизчерпателни и некумулятивни фактори са изброени по-долу. Някои от тях ще бъдат подходящи за определени администратори и по-малко подходящи за други. Винаги следва да се прави оценка на тези фактори за всеки отделен случай.
100. Първият фактор, който може да бъде подходящ, е **позицията на дружеството на пазара**. В тази връзка може да се припомни, че очевидната неравнопоставеност може да бъде по-ясна, когато между администратора и субекта на данни са налице официални отношения, като например когато администраторът е публичен орган или работодател⁹². Въпреки това, както ЕКЗД вече е посочвал, неравнопоставеността в отношенията не се ограничава само до публичните органи и работодателите и може да възникне и в други ситуации⁹³. Винаги следва да се оценяват действителните и специфични фактори в конкретния случай.
101. В ОРЗД не се съдържат изрични насоки за това как позицията на администратора на пазара участва в оценката на това дали е налице очевидна неравнопоставеност. В решението си по дело *Bundeskartellamt* Съдът на ЕС заявява, че наличието на господстващо положение „може да доведе до очевидна неравнопоставеност“⁹⁴. Съдът също така посочва, че това е „важен фактор“ при оценката⁹⁵.
102. Терминът „господстващо положение“ е добре установен в правото на ЕС в областта на конкуренцията. Администраторите на големи онлайн платформи могат да сметнат съображенията, използвани за определяне на господстващото положение на дадено дружество, за полезни, когато преценяват дали е налице очевидна неравнопоставеност в отношенията. Тези съображения включват определяне на съответния пазар (като например продуктов пазар и географски пазар) и определяне на пазарния дял, както и на бариерите за навлизане или разширяване на пазара⁹⁶.
103. Освен това в заключението по делото генералният адвокат посочва, че не е необходимо администраторът да има „господстващо положение“ по смисъла на член 102 от ДФЕС, за да бъде релевантна такава пазарна мощ от гледна точка на прилагането на ОРЗД⁹⁷. ЕКЗД споделя мнението на генералния адвокат по този въпрос.

⁹² Вж. също Насоки на ЕКЗД относно съгласието, раздел 3.1.1.

⁹³ Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 24.

⁹⁴ Решение на Съда по дело *Bundeskartellamt*, точка 149.

⁹⁵ Решение на Съда по дело *Bundeskartellamt*, точка 154.

⁹⁶ Обща методология за определяне на съответния пазар може да се намери в Известие на Комисията C/2024/1645. Вж. също Съобщение на Комисията — Насоки за приоритетите на Комисията по прилагането на член 82 от Договора за ЕО в областта на злоупотребата с практики на отстраняване на конкуренти, наложени от предприятия с господстващо положение (2009/C 45/02), ОВ С 45, 24.2.2009 г., стр. 7—20, изменено през 2023 г. (C/2023/1923, ОВ С 116, 31.3.2023 г., стр. 1—5).

⁹⁷ Дело C-252/21, Заключение на генералния адвокат Rantos, 20 септември 2022 г., ECLI:EU:C:2022:704, точка 75.

104. Трябва да се припомни обаче, че Съдът на ЕС заявява, че валидността на съгласието на субекта на данни трябва да се определи с оглед на член 4, точка 11 и член 7 от ОРЗД и неговите съображения. Освен това целта на правилата за валидно съгласие е да се гарантира, че субектите на данни имат самостоятелност и свобода на избор. ЕКЗД счита, че администраторите следва да преценяват във всеки отделен случай дали свободата на избор на физическите лица е ограничена. Дали администраторът има или няма „господстващо положение“, въпреки че е от значение при оценката на неравнопоставеността в отношенията, само по себе си не определя валидността на съгласието.
105. С оглед на гореизложеното може да се заключи, че в зависимост от обстоятелствата по конкретния случай може да има ситуации, в които надзорните органи могат да заключат, че е налице очевидна неравнопоставеност в отношенията по смисъла на ОРЗД, без да е установено господстващо положение. Решаващият въпрос е дали позицията на администратора на пазара, сама по себе си или в съчетание с други фактори, води до това субектите на данни да усещат, че нямат на разположение други реалистични алтернативни услуги, като например платформи за споделяне на видеоклипове, портали за кандидатстване за работа или платформи за покупка и продажба на определени стоки и услуги.
106. В по-общ план, както беше припомнено по-горе в раздел 4.1, в съответствие с принципа на добросъвестност, равнопоставеността в отношенията следва да бъде ключов фактор в отношенията между администратора и субекта на данни: неравнопоставеността в отношенията следва да се избягва, а когато това е невъзможно, следва да се разпознава и да се предприемат подходящи компенсиращи мерки⁹⁸. Това се прави с цел да се гарантира, че физическото лице може да направи истински свободен избор, когато дава съгласието си за обработване на лични данни.
107. Когато се преценява дали е налице неравнопоставеност, от значение са и съображенията, изложени в раздел 4.2.1.2 по-горе. Всъщност в контекста на големите онлайн платформи, прилагащи моделите „съгласие или плащане“, критерият за „неравнопоставеност в отношенията“ и „вредни последици“ за оценка на това дали съгласието е свободно изразено, са тясно свързани.
108. По-специално наличието на мрежови ефекти или ефекти на „заклучване“, както е описано по-горе, може да направи по-трудно или нереалистично за ползвателя да избере друга услуга. В случаите, когато платформата има много по-голяма потребителска база в сравнение със съответните алтернативи или ползвателят е инвестирал значително в платформата, той може да се чувства принуден да разчита на платформата; в тези случаи изборът на друга услуга може да се окаже нереалистичен или да е трудно да се убедят социалните, професионалните или политическите му кръгове да преминат от една услуга към друга. Освен това, както е обяснено по-горе, ефектите на „заклучване“ може да доведат до това, че популярно или подходящо съдържание да е съсредоточено около определена платформа, което също може да окаже влияние върху равнопоставеността в отношенията спрямо новите ползватели, които искат да получат достъп до такова съдържание.
109. Особена предпазливост се изисква за услугите, които са изградили голяма потребителска база, предлагайки услугите си без такса за всички ползватели. Такива услуги може да са привлекли голям брой потребители, които нямат желание или възможност да плащат такса и които са се възползвали от услугата, като са смятали, че тя няма да има финансово въздействие върху тях.

⁹⁸ Насоки на ЕКЗД относно защитата на данните на етапа на проектирането и по подразбиране, точка 70.

Възможно е в течение на времето ползвателите да са увеличили зависимостта си от услугата поради, наред с другото, мрежови ефекти и ефекти на „заклучване“. Ако впоследствие такава услуга започне да предоставя избор между обработването на лични данни и плащането на такса, това би могло да се разглежда като пример за използване на очевидна неравнопоставеност в ущърб на ползвателите, тъй като в тази ситуация потребителите вероятно няма да могат да упражнят свободен избор.

110. Друг важен фактор при оценката на неравнопоставеността е степента, в която субектът на данни **разчита на предоставената услуга**. Възможността на субекта на данни да има наистина свободен избор е ограничена, ако услугата се счита за съществена, например за търсене на работа, за достъп до съществена информация за ежедневието на лицето или за участие в обществения дебат⁹⁹.
111. Освен това трябва да се вземе предвид и **целевата или преобладаващата група ползватели** на платформата. Например, ако платформата е насочена предимно към деца чрез проектирането или маркетинга на услугата или се използва предимно от деца или други уязвими лица, това също може да доведе до очевидна неравнопоставеност в отношенията между администратора и субектите на данни¹⁰⁰.
112. Горепосочените са примери за елементи, които, когато са налице, могат да създадат ситуация на неравнопоставеност в отношенията между субекта на данни и администратора.
113. Администраторът обаче може да твърди, че субектите на данни не са принудени да дават съгласие или да плащат. Те могат да изберат да не използват услугата изобщо или да използват друга услуга, която не обработва лични данни по същия начин като администратора. На първо място, описаните по-горе елементи могат да доведат до ситуация, в която потребителите нямат реална практическа възможност да откажат да използват услугата. На второ място, както е посочено в раздел 4.2.1.4.1 по-долу, в своите Насоки относно съгласието ЕКЗД заявява, че съгласието не може да се счита за свободно изразено само защото има друга подобна услуга, предоставяна от друг администратор, която не предполага даване на съгласие за обработване на лични данни за допълнителни цели¹⁰¹.

4.2.1.4 Обвързаност с условия

114. В съответствие с член 7, параграф 4 от ОРЗД, когато се прави оценка дали съгласието е било свободно изразено, се отчита най-вече дали от субектите на данни се иска съгласие за дейности

⁹⁹ В тези случаи субектът на данни може да се почувства принуден да приеме проследяването. ЕКЗД вече е заявявал, че съгласието може да бъде валидно само ако няма елементи на принуда или натиск, вж. Насоките на ЕКЗД относно съгласието, точка 24.

¹⁰⁰ В тази връзка ЕКЗД припомня, че операторите на онлайн платформи съгласно АЦУ не следва да представят на своя интерфейс реклами въз основа на профилиране съгласно определението в член 4, точка 4 от ОРЗД, като използват лични данни на получателя на услугата, когато знаят с достатъчна сигурност, че получателят на услугата е малолетно или непълнолетно лице, вж. член 28, параграф 2 от АЦУ.

¹⁰¹ Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 38.

по обработване, които не са обективно необходими за договора¹⁰², за да получат достъп до услугата¹⁰³.

115. В своите Насоки относно съгласието ЕКЗД заявява, че администраторът може да твърди, че предлага на субектите на данни истински избор, ако те могат да избират между вариант на услугата, която включва съгласие за използване на лични данни за допълнителни цели, от една страна, и равностоен вариант на услугата, предлагана от същия администратор, която не включва съгласие за използване на данни за допълнителни цели, от друга страна, и че ако е възможно услугата да бъде предоставена, без да се дава съгласие за въпросното друго използване на данни, не е налице услуга под условие¹⁰⁴.
116. Неотдавна Съдът на ЕС заяви в решението си по дело *Bundeskartellamt*, че когато операциите по обработване на данни не са строго необходими за изпълнението на договора, ползвателите трябва да могат да откажат да дадат съгласието си за такива операции по обработване, без да са принудени да се откажат изцяло от използването на услугата¹⁰⁵. В тази връзка в решението на Съда на ЕС се споменава задължението за предлагане на „равностойна алтернатива, която не се съпътства от такива операции по обработване на данни“ („евентуално срещу подходящо възнаграждение“)¹⁰⁶.
117. Това изречение на Съда на ЕС показва, че моделите „съгласие или плащане“ не са забранени по принцип. В същото време Съдът не предоставя повече подробности относно значението на изразите „равностойна алтернатива“, „евентуално срещу подходящо възнаграждение“. Поради това ЕКЗД иска да поясни, че неговото тълкуване на тази част от решението е, че на субектите на данни, които са избрали да не дадат съгласие, трябва да бъде предложена „равностойна алтернатива“: така може да се избегне ситуация, при която субектите на данни да бъдат изправени пред ситуация на обвързаност с условия, водеща до невалидно съгласие. В тази връзка, моля, вижте точка 73.
118. Това становище на Съда на ЕС обаче се отнася главно до аспекта на обвързаността с условия. Администраторите следва да гарантират, че са изпълнени всички условия, за да бъде съгласието свободно изразено и като цяло да бъде валидно. Поради това винаги е необходимо да се извършва оценка на всеки отделен случай, за да се установи дали съгласието е валидно.

4.2.1.4.1 Предоставяне на „равностойна алтернатива“

119. ЕКЗД иска да предостави критерии, които могат да помогнат да се прецени дали един алтернативен вариант на услугата трябва да се счита за равностоен на варианта на услугата,

¹⁰² Насоки 2/2019 на ЕКЗД относно обработката на лични данни съгласно член 6, параграф 1, буква б) от ОРЗД при предоставянето на онлайн услуги на субектите на данни, версия 2.0, приети на 8 октомври 2019 г. (наричани по-долу „Насоки на ЕКЗД относно член 6, параграф 1, буква б) от ОРЗД“), точки 30—33.

¹⁰³ Вж. също в тази връзка съображение 43 от ОРЗД и Насоките на ЕКЗД относно съгласието, точки 25—41.

¹⁰⁴ Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 37.

¹⁰⁵ Решение на Съда по дело *Bundeskartellamt*, точка 150. В точка 102, в раздела, в който се разглежда въпросът за приложимостта на член 6, параграф 1, буква б) като законно основание за обработване, Съдът на ЕС посочва също, че предоставянето на персонализирано съдържание е „полезно за ползвателя“, но „не се оказва [...] необходимо за предлагането на този ползвател на услугите на социалната онлайн мрежа“, поради което тези услуги „могат да му бъдат предоставени под формата на равностойна алтернатива, която не включва такова персонализиране, така че последното не е обективно необходимо за постигането на цел, която е неразделна част от същите услуги“.

¹⁰⁶ Решение на Съда по дело *Bundeskartellamt*, точка 150.

който се предоставя при условие на съгласие за обработване на лични данни за целите на поведенческа реклама в интернет (наричан в този раздел „**вариант с поведенческа реклама в интернет**“). В тази връзка ЕКЗД подчертава, че „[и] двете услуги обаче трябва да бъдат наистина равностойни“¹⁰⁷.

120. ЕКЗД заявява, че съгласието не може да се счита за свободно изразено, ако администраторът твърди, че съществува избор между неговата услуга (включваща изразяване на съгласие за използването на лични данни за допълнителни цели) и равностойна услуга, предлагана от друг администратор, тъй като свободата на избор би зависила от това, което правят другите участници на пазара, и от това дали отделен субект на данни ще счете за наистина равностойни услугите на другия администратор¹⁰⁸. Ето защо в тази връзка настоящото становище се отнася до **алтернативен вариант на разглежданата услуга, предлагана от същия администратор**, който не включва даване на съгласие за обработване на лични данни за целите на поведенческата реклама в интернет (наричан в настоящия раздел „**алтернативен вариант**“).
121. Ако алтернативният вариант се различава от този с поведенческа реклама в интернет само до степента, необходима вследствие на това, че администраторът не може да обработва лични данни за целите на поведенческата реклама в интернет, той по принцип може да се счита за равностоеен.
122. В други случаи оценката може да зависи от това дали алтернативният вариант по същество съдържа същите елементи и функции, като се вземе за отправна точка варианта с поведенческа реклама в интернет. Въпреки че е налице равностойност, ако алтернативният вариант включва по принцип същите характеристики и функции (равностойност на функциите), не е задължително алтернативният вариант и вариантът с поведенческа реклама в интернет да са абсолютно идентични.
123. Ако в сравнение с варианта с поведенческа реклама в интернет алтернативният вариант не е с различно или влошено качество и не са премахнати никакви функции (освен ако промените не са пряка последица от това, че администраторът не може да обработва лични данни за целите, за които е поискал съгласие)¹⁰⁹, тогава алтернативният вариант вероятно може да се счита за действително равностоеен на този с поведенческа реклама в интернет.
124. Колкото повече алтернативният вариант се различава от този с поведенческа реклама в интернет, толкова по-малка е вероятността алтернативната възможност да се счита за действително равностойна, въпреки че това остава предмет на оценка за всеки отделен случай.
125. Равностойността — означаваща „с еднаква стойност“ — е насочена в две посоки. От една страна, както е посочено по-горе, ако алтернативният вариант е с по-ниско качество или с по-малко функционални възможности от този с поведенческа реклама в интернет, на ползвателите няма да бъде представен действителен избор.

¹⁰⁷ Вж. също Насоките на ЕКЗД относно съгласието, точка 37.

¹⁰⁸ Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 38.

¹⁰⁹ Вж. също съображения 36, 37 от АЦП: в АЦП се дават насоки за условията за равностойност на дадена услуга, като се посочва, че „[п]о-малко персонализираната алтернатива не следва да бъде различна или с влошено качество в сравнение с услугата, предоставяна на крайните ползватели, които дават съгласие“. Въпреки че в АЦП се запазва неутралност по отношение на естеството на „по-малко персонализираната“ алтернатива, изложените в него принципи са полезни в дадения контекст. Вж. също раздел 4.2.1.2 („Вредни последици“).

126. От друга страна, възможността за включване на допълнителни функционални възможности в алтернативния вариант следва да се оценява предпазливо: това е така, защото трябва да се поддържа истинска равностойност между вариантите на услугата, както е описано по-горе, и ползвателите трябва да могат да направят истински избор.
127. Важно е да се отбележи, че Съдът на ЕС се позовава на предоставянето на равностойна алтернатива „**която не се съпътства от такива операции по обработване на данни**“¹¹⁰, т.е. от операции по обработване на данни, които не са необходими за предоставянето на услугата и се основават на съгласие. Следователно, тъй като обработването за целите на поведенческата реклама в интернет не е необходимо за предоставянето на услугата и зависи от съгласието, това обработване трябва да бъде пропуснато в алтернативния вариант. ЕКЗД иска да припомни, че това не се ограничава до предоставянето на субектите на данни на реклами, персонализирани въз основа на техния профил, както е посочено в определението за поведенческа реклама в интернет в раздел 2.1.2. То по-скоро се отнася също до различните дейности по обработване, които администраторите извършват за целите на поведенческата реклама в интернет, като се започне от първоначалното проследяване на ползвателите за такава цел. Поради това алтернативният вариант по принцип следва да пропусне и операциите по обработване, които ще се извършват като предварително условие за обработване за целите на поведенческата реклама в интернет¹¹¹.
128. Въпреки това ЕКЗД подчертава, че в случай че администраторите извършват — в рамките на алтернативния вариант — проследяване за цели, различни от целите на поведенческата реклама в интернет, например за целите на сигурността, не е задължително тези операции по обработване да бъдат пропуснати, при условие че напълно отговарят на изискванията, определени от ОРЗД, включително необходимостта да се основават на подходящо законово основание в съответствие с член 6 от ОРЗД и член 5, параграф 3 от Директивата за правото на неприкосновеност на личния живот и електронни комуникации.
129. Освен това, както е подчертано в раздел 4.2.2 „Информирано съгласие“, спазването на принципите на прозрачност и добросъвестност¹¹² и на задълженията за прозрачност е от решаващо значение и с цел да се гарантира, че ползвателят има истински избор. Поради това ползвателят трябва да е в състояние да сравни напълно всички алтернативни възможности, предоставени от администратора. Потребителят следва да разбере последиците от съгласието за обработване за целите на поведенческата реклама в интернет, което води до варианта с поведенческа реклама в интернет, и до избора на алтернативната възможност. Ползвателят следва също така да може да разбере последиците от своя избор по отношение на това кои операции по обработване се извършват във всеки отделен случай и какви са подробностите за предоставените алтернативни възможности.

4.2.1.4.2 „Евентуално срещу подходящо възнаграждение“

130. ЕКЗД иска да припомни преди всичко, че **личните данни не могат да бъдат считани за стока, с която може да се търгува**¹¹³. Правото на защита на данните е залегнало, между другото, в член 8

¹¹⁰ Решение на Съда по дело *Bundeskartellamt*, точка 150.

¹¹¹ Тези етапи може да включват наблюдение на поведението на ползвателя и събиране на личните данни, необходими за поведенческата реклама в интернет.

¹¹² Вж. член 5, параграф 1, буква а) от ОРЗД.

¹¹³ Насоки на ЕКЗД относно член 6, параграф 1, буква б) от ОРЗД, точка 54; Директива 2019/770, съображение 24.

от Хартата на основните права и е право, което се прилага за всички, независимо от заплащането или финансовото състояние.

131. В английската версия на решението на Съда се посочва, че на ползвателите, които не са дали съгласието си, може да бъде наложена подходяща такса, „ако е необходимо“, но в останалите езикови версии се използва различна терминология за този елемент от оценката. Например във френската версия се използва терминът „le cas échéant“, а в немската версия — „gegebenfalls“. ЕКЗД счита, че **за налагането на такса следва да са налице определени обстоятелства**, като се вземат предвид както възможните алтернативи на поведенческата реклама в интернет, които водят до обработването на по-малко лични данни, така и позицията на субектите на данни. Това се предполага от **думите „необходимо“ и „подходящо“**, които обаче не следва да се тълкуват като изискване налагането на такса да е „необходимо“ по смисъла на член 52, параграф 1 от Хартата и правото на ЕС в областта на защитата на данните. Такива формулировки следва да се разбират по начин, който е съвместим с различните езикови версии на решението.
132. С други думи, **администраторите следва да преценяват за всеки отделен случай както дали въобще е подходящо да се събира такса, така и какъв размер е подходящ при дадените обстоятелства, като се имат предвид изискванията за валидно съгласие в съответствие с ОРЗД, както и необходимостта да се предотврати превръщането на основното право на защита на данните във функция, за която субектите на данни трябва да плащат, за да се възползват от нея, или в „премиум“ функция, запазена за богатите или заможните хора.**
133. Въпреки че в решението по дело *Bundeskartellamt* не се посочва въз основа на какво следва да се основава оценката на елемента като „подходящ“, ЕКЗД припомня, че въпросът за това какво представлява валидно съгласие е оценка на правото за защита на данните. Това означава, че **оценката на валидното съгласие следва да се основава на принципите за защита на данните и целите, които ОРЗД се стреми да изпълни.**
134. Когато администраторите предлагат платена услуга като алтернатива на услуга, включваща поведенческа реклама в интернет, основаваща се на обработване на лични данни, за което е необходимо съгласие, те следва, наред с другото, да **гарантират, че таксата не възпрепятства субектите на данни да откажат съгласие, нито да ги накара да се чувстват принудени да дадат съгласие.** Администраторите следва да направят оценка дали предлагат **истински избор на физическите лица и дали не подтикват лицата към даване на съгласие.** Налагането на такса следва да е съобразено със **самостоятелността на субектите на данни**, а физическите лица трябва да имат действителен избор дали да дадат съгласието си или не. Администраторите следва да направят оценка дали таксата за техния платен вариант на услугата позволява на субектите на данни да дадат валидно съгласие за обработване на личните им данни вместо за вариант на услугата, включващ поведенческа реклама в интернет.
135. Когато определят дали таксата може да възпрепятства способността на субекта на данни да даде съгласие, администраторите следва да обърнат специално внимание на принципите за защита на данните в член 5 от ОРЗД. **Добросъвестността** следва да бъде водещ принцип¹¹⁴ при определянето на подходящия размер на таксата в конкретния случай. Представянето на допълнителни възможности на субектите на данни, както е разгледано в раздел 4.2.1.1, улеснява

¹¹⁴ В тази връзка вж. Насоки на ЕКЗД относно член 25, Защита на данните на етапа на проектирането и по подразбиране, версия 2.0, точка 70.

обосноваването на справедливостта на таксата, наложена за достъп до услугата на ползватели, които не са дали съгласието си, поради по-голямата свобода на избор за потребителите.

136. **Принципът на отчетност** в член 5, параграф 2 от ОРЗД е ключов в това отношение. Предприятията са свободни да определят свои собствени цени и да избират как да структурират моделите си на приходи, но това право следва да бъде балансирано с основното право на физическите лица на защита на личните им данни. Принципът на отчетност означава, че администраторите носят отговорност да гарантират и документират, че съгласието е свободно изразено, ако събират такса за достъп до вариант на услугата, който не включва поведенческа реклама в интернет. Администраторите следва да документират своя избор и оценка дали дадена такса е подходяща в конкретния случай, за да докажат, че налагането на таксата не подкопава на практика възможността за свободно изразено съгласие в конкретната ситуация.
137. Както беше припомнено по-горе в точка 32, **на надзорните органи е възложено да осигурят прилагането на ОРЗД, включително изискванията за валидно съгласие.** Това може да е свързано и с въздействието на всяка такса върху свободата на избор на субектите на данни. Въпреки че администраторите сами определят размера на таксата, ако надзорните органи установят, че съгласието не е свободно изразено или че не е спазен принципът на отчетност, те могат да се намесят и да наложат корективни мерки. В тази връзка те са компетентни да преглеждат или анализират оценката на елемента като „подходящ“, извършена от администраторите. Надзорните органи са тези, които трябва да установят до каква степен е подходящо да разследват този въпрос¹¹⁵.
138. ЕКЗД подчертава, че прилагането на ОРЗД е възложено на надзорните органи. Оценката дали съгласието е валидно и свободно изразено не е задача, която може да бъде възложена на външен изпълнител. Съществуват обаче много обстоятелства, при които надзорните органи могат да се възползват от консултации с органи от други области на правото, включително по-специално с органите за защита на потребителите и за защита на конкуренцията, в съответствие с принципа на лоялно сътрудничество по член 4, параграф 3 от ДЕС, както неотдавна подчерта Съдът на ЕС¹¹⁶. Ако е уместно, надзорните органи могат да решат да се консултират с такива органи при изпълнението на своите задачи. Консултацията с такива органи може да бъде задължителна по закон, когато надзорните органи прилагат или тълкуват области от правото на ЕС, които са обект на надзор от страна на други органи.

4.2.1.5 Разграничаване

139. Друго условие по отношение на свободно изразеното съгласие е свързано с разграничаването. Разграничаването е ключов елемент при оценката на това дали целите са разделени в достатъчна степен. Когато е представен моделът „съгласие или плащане“, субектът на данните следва да може свободно да избере отделната(ите) цел(и), която(ито) приема, вместо да се налага да дава съгласие за набор от цели на обработване. Позоваване на разграничаването в

¹¹⁵ Вж. член 57, параграф 1, буква е) от ОРЗД, който е от значение и за разследванията, образувани служебно.

¹¹⁶ Решение на Съда по дело *Bundeskartellamt*, точка 53: „Видно от постоянната съдебна практика, съгласно този принцип в областите на правото на Съюза държавите членки, включително техните административни органи, си дължат взаимно зачитане и взаимопомощ при изпълнението на задачите, произтичащи от Договорите, трябва да вземат всички мерки, годни да гарантират изпълнението на задълженията, произтичащи по-специално от актовете на институциите на Съюза, както и да се въздържат от всякакви мерки, които биха могли да застрашат постигането на целите на Съюза.“

ОРЗД може да се намери в съображение 43 от ОРЗД, в което се пояснява, че се приема, че съгласието не е свободно изразено, ако искането за съгласие не позволява на субектите на данни да дадат отделно съгласие за различни цели на обработването¹¹⁷. Разграничаването е тясно свързано с изискването за конкретност на съгласието, както е разгледано допълнително в раздел 4.2.3¹¹⁸. Както вече е посочено от ЕКЗД, „Когато обработването на данни преследва няколко цели, спазването на условията за валидно съгласие е свързано с разграничаването, т.е. с разделянето на тези цели и получаването на съгласие за всяка отделна цел“¹¹⁹.

140. Разграничаването на съгласието във връзка с поведенческата реклама в интернет от страна на големите онлайн платформи заслужава специално внимание, тъй като сложната динамика в тази област представлява сериозно предизвикателство. В този смисъл следва да се отбележи, че онлайн платформите, които включват поведенческа реклама в интернет, използват технически усъвършенствана инфраструктура, която често е част от цифрова екосистема, в която множество данни от различни източници най-вероятно се съчетават, анализират и може да са предмет на търгове в реално време. Предвид тази различна динамика администраторите не могат да предоставят на субектите на данни обща форма за изразяване на съгласие за различни цели, напр. персонализиране на съдържанието, персонализиране на рекламите, разработване на услуги, подобряване на услуги, измерване на получателите. В този смисъл ЕКЗД припомня, че субектите на данни следва да могат свободно да избират коя цел да приемат, вместо да бъдат изправени пред едно искане за съгласие, обединяващо няколко цели. Акцентът в това отношение следва да се постави върху разграничаването на целите, свързани с функционалната възможност на услугата, от целите на поведенческата реклама в интернет и операциите по обработване, придружени от нея¹²⁰. Съображенията, направени в тази връзка в раздели 4.2.2 и 4.2.3 относно информираното и конкретното съгласие, са от значение и в този случай.

4.2.2 Информирано съгласие

141. Изрично споменаване на информираното съгласие може да се намери в съображение 42 от ОРЗД: „[з]а да бъде съгласието информирано, субектът на данни следва да знае поне самоличността на администратора и целите на обработването, за които са предназначени личните данни“.
142. Предоставянето на информация на субектите на данни **преди получаването на тяхното съгласие** е от съществено значение, за да им се даде възможност да вземат информирани решения и да разберат с какво се съгласяват. Ако администраторът не предостави достъпна информация, контролът от страна на ползвателите става илюзорен и съгласието е невалидно.
143. Поради това е необходимо субектът на данни да бъде информиран за някои елементи, които са от решаващо значение за извършването на истински избор. В зависимост от контекста може да

¹¹⁷ Съображение 32 от ОРЗД гласи, че „Съгласието следва да обхваща всички дейности по обработване, извършени за една и съща цел или цели. Когато обработването преследва повече цели, за всички тях следва да бъде дадено съгласие“.

¹¹⁸ Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точки 42 и 55.

¹¹⁹ Вж. също Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 44.

¹²⁰ Тази цел може да се отнася и до операции по техническа обработка, неразривно свързани с рекламната цел, като например ограничаване на честотата или измерване на ефективността на рекламните кампании. Вж. отговор на ЕКЗД на инициативата на Комисията за доброволно поемане на задължение на предприятията за опростяване на управлението от страна на ползвателите на бисквитките и персонализирания избор на реклама, стр. 7 от приложението.

е необходима повече информация, за да може субектът на данни да разбере **наистина въпросните операции по обработване**¹²¹.

144. Тъй като условието за информирано съгласие е свързано и с основополагащи принципи като прозрачност, добросъвестност и отчетност, тези принципи се вземат предвид при оценката на моделите „съгласие или плащане“ (вж. раздел 4.1 по-горе). Освен това, тъй като условията за информирано и конкретно съгласие се отнасят до нивото и качеството на информацията, която трябва да бъде предоставена на субекта на данни, раздел 4.2.2 и раздел 4.2.3 от настоящото становище следва да се разбират като взаимно допълващи се.

4.2.2.1 Изисквания за съдържанието, за да бъде съгласието „информирано“

145. В рамките на моделите „съгласие или плащане“ големите онлайн платформи следва да определят каква информация трябва да се предоставя на субектите на данни относно обработването на техните лични данни за целите на поведенческата реклама в интернет. Като цяло администраторите носят отговорността, съгласно принципа на отчетност, да създадат и документират информационния процес, който дава възможност на физическите лица да разбират напълно и ясно стойността, обхвата и последиците от техния възможен избор.
146. С използването на термина „поне“ в съображение 42 от ОРЗД не се предоставя изчерпателен списък на информацията, която трябва да бъде предадена на субекта на данните, за да се гарантира информирано съгласие. Самоличността на администратора и описанието на целите на дейностите по обработване са минимални изисквания. Тези изисквания се адаптират за всеки отделен случай в зависимост от дейностите по обработване, планирани от администратора¹²².
147. Формулировката „субектът на данните следва да знае“ установява отговорност на администраторите да се уверят, че ползвателите разбират какво обработване на данни ще се извършва от администратора, когато започнат да използват услугата. Това включва задължение за информиране на потребителите за дейности по обработване, които се извършват на заден план и за които те може да не знаят. Ако не се предостави подходяща информация, може да възникне информационна асиметрия и субектите на данни да не са в състояние да предвидят начина, по който ще бъдат обработвани техните лични данни¹²³. Големите онлайн платформи следва да гарантират, че лицата имат ясна представа за дейностите по обработване и за всички промени, които ги засягат, например когато такава платформа преминава към модела „съгласие или плащане“.

¹²¹ ЕКЗД отбелязва, че Съдът на ЕС е издал решение, в което се посочва, че информацията „трябва да позволи на посочения субект лесно да определи последиците от евентуално даденото съгласие“ и „да гарантира, че съгласието се дава при пълно познаване на фактите“. Решение на Съда на Европейския съюз от 11 ноември 2020 г., *Orange Romania/Autoritatea Națională de Supraveghere a Prelucrării Datelor cu Caracter Personal (ANSPDCP)*, C-61/19, ECLI:EU:C:2020:901, точка 40.

¹²² Относно минималните изисквания за съдържанието, за да бъде съгласието „информирано“, вж. раздел 3.3.1. в Насоките на ЕКЗД относно съгласието.

¹²³ В тази връзка ЕКЗД отбелязва, че в член 7, параграфи 1 и 2 от Директивата относно нелоялни търговски практики (Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар, ОВ С 526, 29 декември 2021 г., стр. 1—129) се установява задължение за дружествата да предоставят цялата информация, от която средният потребител се нуждае, за да вземе информирано решение.

148. В контекста на поведенческата реклама в интернет е важно да се предоставя достатъчно подробна информация, така че субектите на данни да могат да разберат за кои аспекти на услугата дават съгласието си, като същевременно запазват възможността да не дават съгласието си за други. Изискване за валидно съгласие е предоставянето на подробна информация, която позволява на физическите лица да правят разграничение между различните цели на обработването. В това отношение големите онлайн платформи не следва да изискват от лицата да дават съгласието си за дейности по обработване, чиято цел не е определена по подходящ начин или е двусмислена. Например за субекта на данните следва да е ясно за какви цели се събират неговите данни, какви данни се събират за всяка цел и защо¹²⁴. Големите онлайн платформи не трябва да определят целта на дейността по обработване с термини, които са твърде широки, за да може субектът на данните да разбере последиците от своя избор (например „търговски цели“ или „персонализиране“). Съображенията, изложени в раздел 4.2.3 относно изискванията за конкретно съгласие, също са от значение.
149. Големите онлайн платформи следва да опишат по добросъвестен и изчерпателен начин целта, за която се събира съгласието. Например, тези платформи не могат да ограничават описанието на целта на обработването до предимствата, които тя предоставя на субектите на данни (напр. по-персонализирано преживяване), ако това обработване води и до други последици за тях (напр. профилиране, натрапчиво проследяване и др.).
150. В рамките на моделите „съгласие или плащане“ изборът, който се предоставя на субектите на данни, трябва да съответства на информацията, която им се предоставя. Физическото лице трябва да е наясно за какво точно ще плаща такса и как това ще се отрази на обработването на данните. Когато се предоставя информация за моделите на стопанска дейност на администратора във всяка една от възможностите, такава информация не следва да замества информацията за обработването на лични данни.
151. Освен това поведенческата реклама в интернет задължително е свързана с профилиране на онлайн дейностите на субекта на данни и често води до използване на лични данни, получени непряко от лицето. Процесът на профилиране се състои от често непрозрачни взаимодействия и обмен на данни между администратора и трети страни. Тази непрозрачност може да се прояви например при кръстосаното използване на данни от платформи и извън тях. Големите онлайн платформи могат да обработват лични данни, събрани както на тяхната платформа, така и извън нея, за целите на профилирането. Отговорност на администраторите е да се уверят, че субектите на данни разбират техниките, използвани в процесите на профилиране¹²⁵. В този смисъл в съображение 60 от ОРЗД се посочва, че предоставянето на информация за профилирането е част от задълженията за прозрачност на администратора съгласно член 5, параграф 1, буква а) от ОРЗД.
152. Администраторите следва да предоставят подходяща информация за всеки вариант на услугата, който предлагат, включително когато един или повече от тях не изискват съгласие за целите на поведенческата реклама в интернет. Това се отнася и за безвъзмездната алтернатива без поведенческа реклама в интернет (вж. раздел 4.2.1.1). Администраторът следва да осигури

¹²⁴ Вж. „Минимални изисквания за съдържанието, за да бъде съгласието „информирано“ в Насоките на ЕКЗД относно съгласието, точки 64 и 65.

¹²⁵ Работна група по член 29, РД 251 ред.1, 3 октомври 2017 г., Насоки относно автоматизираното вземане на индивидуални решения и профилирането за целите на Регламент 2016/679, последно преработени и приети на 6 февруари 2018 г., одобрени от ЕКЗД на 25 май 2018 г. (наричани по-долу „Насоки на РГ29 относно автоматизираното вземане на индивидуални решения“), стр. 9.

прозрачност по отношение на правното основание, на което се базира обработването на личните данни на субектите на данни при всяка от възможностите.

153. Големите онлайн платформи трябва да вземат предвид по-специално следните точки, когато предоставят информация на субектите на данни:
- когато е приложимо, получателите или категориите получатели на личните данни;
 - когато е приложимо, факта, че администраторът възнамерява да предаде личните данни на трета държава, и срокът, за който ще се съхраняват личните данни;
 - събирането и обработването на данни, поддържани от администратора, независимо от това дали субектът на данните е избрал да се съгласи с поведенческата реклама в интернет;
 - правото на субекта на данните да оттегли съгласието си по всяко време и последиците от това; и
 - съчетаването или кръстосаното използване на данни, т.е. дали и до каква степен данните се обединяват с данни, събрани от други услуги (на същия администратор), и с данни, събрани от други администратори.

4.2.2.2 Как да се предостави информация

4.2.2.2.1 Време и показване на комуникацията

154. Големите онлайн платформи следва да предоставят пълна информация преди началото на обработването на данни за целите на поведенческата реклама в интернет. Те могат например да представят кратко обобщение на разликите между отделните възможности, предлагани в модела „съгласие или плащане“, и след това да предоставят пълна и подробна информация за всеки един вариант чрез отделни бутони.
155. Препоръките, включени в Насоките на ЕКЗД относно тъмните модели в интерфейсите на платформите на социалните медии, са от значение за определяне на начина, по който информацията следва да се съобщава на субектите на данни¹²⁶. Освен това на физическите лица следва да се предостави достатъчно време, за да асимилират получената информация¹²⁷.

4.2.2.2.2 Изисквания за прозрачност

156. Насоките за прозрачност в съответствие с ОРЗД следва да се вземат предвид от големите онлайн платформи, които прилагат модела „съгласие или плащане“¹²⁸.
157. Що се отнася до езика, използван за предоставяне на информацията, елементите „кратък“ и „ясен и прост език“ изискват от администратора да адаптира езика към субектите на данни¹²⁹.

¹²⁶ Насоки на ЕКЗД относно тъмните модели.

¹²⁷ В тази връзка вж. също Насоките на ЕКЗД относно тъмните модели, точки 43—48.

¹²⁸ Работна група по член 29, РД 260 ред.01, Насоки относно прозрачността съгласно Регламент 2016/679, приети на 29 ноември 2017 г., последно преработени и приети на 11 април 2018 г., одобрени от ЕКЗД на 25 май 2018 г. (наричани по-долу „Насоки на РГ29 относно прозрачността“).

¹²⁹ Насоки на РГ29 относно прозрачността, точка 13, в която се споменава, че „[п]ревод на един или повече други езици трябва да се предостави, когато адресати на администратора са субекти на данни, говорещи тези езици“.

Това означава, че информацията следва да бъде предоставена по ясен и разбираем за целевите получатели начин.

158. За да спази тези изисквания за прозрачност, администраторът трябва да прецени какви получатели обслужва. След като определят получателите си, администраторите следва да определят какъв език и комуникационен подход са подходящи. С това те е необходимо да гарантират, че получателите им разбират услугата и начина, по който използването на услугата засяга личните им данни.
159. Използваната формулировка ясно посочва последиците от избора на субекта на данни върху обработването на неговите лични данни¹³⁰. Например, администраторът не само обяснява на субекта на данни, че неговият избор ще определи наличието или отсъствието на реклама, но и че неговият избор ще определи дали и до каква степен администраторът ще обработва лични данни за поведенческа реклама в интернет.
160. Администраторите могат да използват различни канали за информация в зависимост от вида на предоставената онлайн платформа. Например, информацията може да бъде предоставена на субектите на данни чрез видеоклипове, в които се обясняват разликите между алтернативите, или чрез интерактивни страници с примери за това как ще изглежда услугата при различните варианти. Администраторите могат да обмислят провеждането на потребителски тестове, за да определят най-подходящия канал за информация.

4.2.3 Конкретно съгласие

161. В член 6, параграф 1, буква а) от ОРЗД се посочва, че съгласието трябва да бъде дадено за „една или повече конкретни“ цели. Изискването съгласието да бъде „конкретно“ е тясно свързано с изискванията съгласието да бъде „информирано“ и „разграничено“. За да бъде съгласието конкретно, големите онлайн платформи следва да определят конкретна, изрична и законна цел за дейностите по обработване, за които се събира съгласието, и да предоставят достатъчно информация на субектите на данни за такива дейности по обработване¹³¹. Трябва да се избягва „пълзящо разширяване“ или размиване на целите (т.нар. „използване за други цели“ — „function creep“), тъй като това би подкопало и би било в противоречие с принципа за ограничение на целите¹³².
162. Като се има предвид сложната система от дейности по обработване на данни, които стоят в основата на поведенческата реклама в интернет, големите онлайн платформи следва точно да определят и разграничат целите на своите дейности по обработване. Целите на поведенческата реклама в интернет трябва да бъдат представени от администратора, за да може ползвателят да разбере кои дейности по обработване се извършват за всяка цел и да реши дали да даде съгласието си¹³³.

¹³⁰ Вж. също Насоките на ЕКЗД относно съгласието, точка 70.

¹³¹ Вж. също съображение 28, в което се посочва, че целите „трябва да бъдат определени към момента на събирането на личните данни“. Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 56.

¹³² Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 56.

¹³³ Вж. Становище 3/2013 на Работната група по член 29 относно ограничаването в рамките на целта (РД 203), стр. 16: „Поради тези причини цел, която е неясна или обща, като например „подобряване на опита на потребителите“, „маркетингови цели“, „цели на ИТ сигурността“ или „бъдещи изследвания“, обикновено няма да отговаря на критерия „конкретна“, без да бъдат представени повече подробности.“

163. Големите онлайн платформи следва да оценяват и документират за всеки отделен случай дали предоставянето на поведенческа реклама в интернет води до обработване на лични данни за различни цели и до изискване на отделни съгласия за тези цели¹³⁴. Обратно, техническите процеси, които могат да бъдат неразривно свързани с една цел, може да не изискват отделни съгласия¹³⁵. Необходимо е и да се вземат предвид и съображенията, изложени в раздел 4.2.1.5 (относно разграничаването) и раздел 4.2.2 (относно информираното съгласие).

4.2.4 Недвусмислено волеизявление

164. За да бъде валидно съгласието съгласно член 4, точка 11 от ОРЗД, то трябва да бъде, наред с другото, недвусмислено „указание за волята на субекта на данни под формата на изявление или „ясно потвърждаващо действие“, което изразява съгласието му свързаните с него лични данни да бъдат обработени“¹³⁶. Това означава, че трябва да бъде ясно, че субектът на данни е изразил съгласието си за конкретното обработване¹³⁷.

165. Администраторите следва внимателно да проектират начина, по който от субектите на данни се иска да предоставят съгласието си, по-специално когато възнамеряват да събират съгласие за цели, различни от целите на поведенческата реклама в интернет (например подобряване на услугите или персонализиране на съдържанието). По принцип не може да се счита, че физическите лица дават недвусмислено съгласие за всички цели с едно действие, когато би било подходящо лицата да могат да изразят по-подробни предпочитания.

166. В рамките на моделите „съгласие или плащане“ от ползвателите се изисква да предоставят съгласие за определени дейности по обработване, за да получат достъп до услугата, без да заплащат такса. Когато потребителят дава съгласието си за дейностите по обработване, които позволяват безвъзмезден достъп до услугата, следва да се счита, че ползвателят дава съгласието си само за тези дейности по обработване, като се имат предвид изискванията съгласието да бъде „конкретно“. За да се счита, че съгласието е ясно дадено за други цели, тези цели следва да бъдат активно избрани от ползвателя.

167. Друг аспект, който е важен за наличието на недвусмислено волеизявление, е ползвателят да не бъде изложен на тъмни модели и различните възможности да бъдат представени по еднакъв начин. В тази връзка ЕКЗД припомня и своите Насоки относно тъмните модели в интерфейсите на платформите на социалните медии¹³⁸.

¹³⁴ Вж. например решение на Съда по дело *Bundeskartellamt*, точка 151: „целесъобразно [е] да може да се даде отделно съгласие за обработването на последните данни, от една страна, и за данните off Facebook, от друга.“

¹³⁵ Отговор на ЕКЗД на инициативата на Комисията за доброволно поемане на задължение на предприятията за опростяване на управлението от страна на ползвателите на бисквитките и персонализирания избор на реклама, стр. 7 (където е посочено: „Ако ползвателят даде съгласието си за достъп до или съхранение на информация в неговото крайно оборудване за добре описана рекламна цел, тази цел може да се отнася до операции по техническа обработка, неразривно свързани с рекламната цел, като например използването на „бисквитки“ за ограничаване на честотата или измерване на ефективността на рекламните кампании. Такива операции по техническа обработка могат да включват достъп до или съхранение на информация в крайно оборудване“).

¹³⁶ C-61/19, *Orange Romania*, ECLI:EU:C:2020:901 точка 36.

¹³⁷ Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 75.

¹³⁸ Насоки на ЕКЗД относно тъмните модели.

168. При моделите „съгласие или плащане“ например е важно да се помни, че потребителите могат да бъдат подведени да дадат съгласието си, ако администраторите предоставят двусмислена информация. Такъв е случаят, когато съгласието се събира чрез формулировки като „просто продължете“ или „продължете без плащане“¹³⁹. В тези случаи неплащането е подчертано по такъв начин, че не е ясно дали изборът на безплатната възможност предполага съгласие¹⁴⁰. За да се гарантира недвусмислено волеизявление задаваните въпроси следва да бъдат формулирани точно и прозрачно, а съгласието за обработване на лични данни не следва да се представя само като възможност да се избегне плащането на такса.

4.3 Допълнителни елементи

4.3.1 Оттегляне на съгласието

169. Член 7, параграф 3 от ОРЗД гласи, че субектът на данни има правото да оттегли съгласието си по всяко време. Освен това в съответствие с член 7, параграф 3 от ОРЗД „[о]ттеглянето на съгласие е също толкова лесно, колкото и даването му“¹⁴¹. Изискването за лесно оттегляне е необходим аспект на валидното съгласие в ОРЗД¹⁴². Няма установено конкретно решение за изпълнението на тези изисквания. Поради това обикновено е необходимо да се провери за всеки отделен случай дали е осигурена леснодостъпна възможност за оттегляне, която отговаря на правните изисквания¹⁴³. Това зависи и от факта дали възможността за оттегляне на съгласието е ясно и отчетливо разпознаваема и дали не е представена по заблуждаващ или манипулативен начин¹⁴⁴.
170. Задължително е администраторът да информира субекта на данни за правото му да оттегли съгласието си, преди то действително да бъде дадено¹⁴⁵. Администраторът трябва също така да информира физическите лица за това как това право може да бъде упражнено¹⁴⁶.
171. Субектите на данни следва да могат да оттеглят съгласието си, без това да доведе до вредни последици за тях¹⁴⁷. Важно е да се отбележи, че когато физическото лице претърпи вредни последици при оттеглянето на съгласието си, може да се заключи, че съгласието никога не е било валидно получено и администраторът е отговорен за изтриването на всички лични данни за ползвателя, които са били събрани въз основа на такова невалидно съгласие¹⁴⁸.

¹³⁹ Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 84.

¹⁴⁰ Вж. Насоки на ЕКЗД относно тъмните модели, приложение I, контролен списък в раздел 4.6.2.

¹⁴¹ Не е задължително това да става винаги чрез едно и също действие, но когато съгласието се получава посредством електронни средства чрез само едно щракване на мишката, плъзгане или натискане на клавиш, субектът на данни трябва на практика да бъде в състояние да оттегли съгласието по също толкова лесен начин. Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точки 113—114.

¹⁴² Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 116.

¹⁴³ Моля, вижте Доклада за работата, извършена от работната група на ЕКЗД за банер със съгласие за приемане на бисквитки, точка 35.

¹⁴⁴ Вж. също съображение 37 от АЦП: „И на последно място, оттеглянето на съгласието следва да бъде също толкова лесно, колкото и даването му. Контролиращите достъпа предприятия не следва да проектират, организират или експлоатират своите онлайн интерфейси по начин, който подвежда, манипулира или по друг начин съществено изопачава или накърнява способността на крайните ползватели свободно да дават съгласие.“

¹⁴⁵ Член 7, параграф 3 от ОРЗД.

¹⁴⁶ Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 116.

¹⁴⁷ Съображение 42 от ОРЗД, Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точки 46, 114.

¹⁴⁸ Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 49.

172. В рамките на моделите „съгласие или плащане“, които ще бъдат разгледани тук, първо трябва да се направи разграничение между упражняването на правото на оттегляне като такова и желанието на ползвателя да продължи да използва услугата след оттегляне на съгласието. Важно е да се предостави прозрачна и ясно разпознаваема информация за начина, по който може да се упражни правото на оттегляне, за да се избегне създаването на впечатлението, че оттеглянето автоматично ще доведе до сключване на платен абонамент. В такива случаи упражняването на правото на оттегляне ще доведе до това, че потребителят отново ще бъде изправен пред избора дали да даде съгласието си за обработване за целите на поведенческата реклама в интернет или да се абонира за платена услуга (или да избере безвъзмездната алтернатива без поведенческа реклама в интернет, когато се предлага такава). На това последиствие следва да се отговори по същия начин, както на общия въпрос дали може да се направи свободен избор в случай на моделите „съгласие или плащане“. Следователно стандартът за определяне на наличието на вредни последици е посочен в обясненията в раздел 4.2.1.2 („Вредни последици“). Ако в отделен случай се прецени, че може да се направи свободен избор, това следва да важи и за оттеглянето, тъй като в противен случай то винаги би довело до невалидност на съгласието.
173. Независимо от това следва да е ясно, че решението на ползвателя да се абонира за платения вариант на услугата, когато първоначално е предоставил съгласието си за обработване за целите на поведенческата реклама в интернет, представлява оттегляне на съгласието му. Обратно, прекратяването на платения абонамент не е равносложно на даване на съгласие.
174. За да се прецени дали правото на оттегляне отговаря на изискванията на ОРЗД, следва да се разгледат и последиците от упражняването на правото на оттегляне. В Насоките на ЕКЗД относно съгласието се обяснява, че като общо правило, ако съгласието е оттеглено, всички операции по обработването на данни, които се основават на съгласие и са проведени преди оттеглянето на съгласието и в съответствие с ОРЗД, продължават да са законосъобразни, макар че администраторът трябва да спре свързаните действия по обработването на данни¹⁴⁹. При липсата на друго правно основание, обосноваващо обработването, включително последващото съхранение на данните, администраторът следва да ги заличи¹⁵⁰.
175. Следователно оттеглянето на съгласието за обработване за целите на поведенческата реклама в интернет следва да доведе до прекратяване на всички дейности по обработване, разрешени от съгласието на субекта на данни. Това засяга не само съхранението и/или достъпа до данните в крайното оборудване за целите на поведенческата реклама в интернет, но и последващото обработване на данните, събрани за такива цели (например когато тези данни се споделят с трети страни). Това е особено важно при обстоятелства, при които администраторът използва голяма рекламна мрежа, за да изпраща персонализирано съдържание на лица и да ги проследява в няколко уебсайта.
176. Заключениета на Съда на ЕС в решението *Proximus*¹⁵¹ са приложими и в контекста на поведенческата реклама в интернет, особено при използването на онлайн маркетингови методи

¹⁴⁹ Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 117.

¹⁵⁰ Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 117.

¹⁵¹ Решение по дело C-129/21, *Proximus NV/Gegevensbeschermingsautoriteit*, ECLI:EU:C:2022:833. В решението по делото *Proximus* Съдът на ЕС заявява, че когато различни администратори се основават на еднократно даденото съгласие на субекта на данните, е достатъчно той да се обърне към някой от администраторите, които се основават на въпросното съгласие (точка 84). Съдът на ЕС постановява още,

като наддаване в реално време. Също така би било в противоречие с принципа, че оттеглянето трябва да е също толкова лесно, колкото даването на съгласие, ако ползвателят трябва сам да упражни правото си на оттегляне спрямо всеки участващ администратор, докато съгласието може да бъде дадено на всички тях с едно щракване. Освен това, особено при създаването и допълването на потребителски профили, които се използват за поведенческа реклама в интернет, профилите следва да бъдат изтрети след оттегляне на съгласието и не следва да се обработват, включително за друга цел, основана на различно правно основание, освен когато личните данни се обработват за друга цел с валидно правно основание от самото начало.

4.3.2 Опресняване на съгласието

177. В ОРЗД не се определя конкретен срок за това колко често следва да се актуализира съгласието или за какъв период от време може да се счита, че съгласието изразява волята на субекта на данни. Администраторите следва да извършват тази оценка за всеки отделен случай.

В своите насоки ЕКЗД предоставя критерии, които биха могли да насочат администраторите при определянето на срока, за който следва да се счита, че съгласието продължава, включително спецификата на дейността, обхвата на първоначалното съгласие и очакванията на субекта на данни¹⁵². При такава оценка може да се наложи да се вземат предвид разпоредби, включени в други законодателни актове на ЕС, в зависимост от конкретните обстоятелства на всеки случай, като например предвиденото в член 5, параграф 2 от АЦП.

178. При поведенческата реклама в интернет, като се има предвид натрапчивостта на обработването, изглежда подходящ ограничен период от време, през който съгласието остава валидно, например една година¹⁵³.

5 ЗАКЛЮЧЕНИЯ

179. В контекста на моделите „съгласие или плащане“, прилагани от големите онлайн платформи, ЕКЗД подчертава необходимостта администраторите да спазват всички изисквания на ОРЗД, по-специално изискванията за валидно съгласие, както е описано в настоящото становище, като същевременно се оценява спецификата на всеки случай.

Трябва да се заключи, че в повечето случаи за големите онлайн платформи няма да е възможно да спазват изискванията за валидно съгласие, ако поставят ползвателите само пред избор от две възможности — да се съгласят с обработването на лични данни за целите на поведенческата реклама в интернет или да заплатят такса.

180. ЕКЗД припомня, че личните данни не могат да се разглеждат като стока, която може да се търгува, и големите онлайн платформи следва да имат предвид необходимостта да се

че: „[...] за да се гарантира ефективността на [...] право[то] на оттегляне на съгласието и да се осигури, че съгласието на субекта на данните е тясно свързано с целта, за която е дадено, администраторът, пред когото субектът на данните е оттеглил съгласието си за обработване на личните му данни, действително е длъжен да информира за това оттегляне всяко лице, което му е предало тези данни, както и лицето, на което той на свой ред е предал посочените данни. Така информираните администратори след това на свой ред имат задължението да предадат тази информация на другите администратори, на които са предоставили такива данни“ (точка 85).

¹⁵² Насоки на ЕКЗД относно съгласието, точка 110.

¹⁵³ Моля, вижте също Становище на РГ29 относно поведенческите реклами онлайн, стр. 16.

предотврати превръщането на основното право на защита на данните във функция, за която субектите на данни трябва да плащат, за да ползват. Следователно предлагането на (само) платена алтернатива на услугата, която включва обработване за целите на поведенческата реклама в интернет, не следва да бъде стандартният начин за действие за администраторите. Обратното, при разработването на алтернатива на варианта на услугата с поведенческа реклама в интернет, големите онлайн платформи следва да обмислят възможността да предоставят на субектите на данни „равностойна алтернатива“, която не изисква плащане на такса (напр. включване на различна форма на реклама, която не е поведенческа реклама в интернет).

181. Ако те решат да предоставят на субектите на данни „равностойна алтернатива“, която включва плащане на такса, за да се осигури истински избор и да се избегне поставянето на ползвателите пред избор от две възможности — между плащането на такса и даването на съгласие за обработване за целите на поведенческата реклама в интернет — администраторите следва да обмислят възможността да предложат и друга безвъзмездна алтернатива без поведенческа реклама в интернет, например с форма на реклама, при която се обработват по-малко лични данни (или изобщо не се обработват лични данни). Това е особено важен фактор при оценката на някои критерии за валидно съгласие съгласно ОРЗД.

В повечето случаи фактът, че администраторът предлага безвъзмездно друга алтернатива без поведенческа реклама в интернет, ще има съществено въздействие върху оценката на валидността на съгласието, по-специално по отношение на вредните последици. Ето защо големите онлайн платформи следва да обърнат сериозно внимание на предлагането на безвъзмездна алтернатива без поведенческа реклама в интернет.

182. Въз основа на искането за становище от страна на нидерландските, норвежките и германските (Хамбург) надзорни органи и на гореизложеня анализ, ЕКЗД стига до заключението, че **съгласието, събрано от големите онлайн платформи** (съгласно определението за целите на настоящото становище) **в контекста на моделите „съгласие или плащане“, свързани с поведенческата реклама в интернет, може да се счита за валидно само доколкото тези платформи могат да докажат, в съответствие с принципа на отчетност, че са изпълнени всички изисквания за валидно съгласие**, т.е. че:

- Съгласието е **свободно изразено**. В това отношение големите онлайн платформи следва да вземат предвид, наред с другото, следните елементи:
 - дали субектът на данни е претърпял **вредни последици** вследствие на това, че не е дал съгласието си или го е оттеглил. В тази връзка големите онлайн платформи, които използват моделите „съгласие или плащане“, следва да гарантират, че всяка такса не е от такова естество, че ефективно да възпрепятства субектите на данни да направят свободен избор, например като ги подтиква към даване на съгласие. Освен това вредни последици може да възникнат, когато физическите лица не плащат такса за оттегляне на съгласие и по този начин са изправени пред изключване от услугата, ако не дадат съгласието си, особено в случаите, когато услугата има важна роля или е решаваща за участието в социалния живот или за достъпа до професионални мрежи, още повече при наличието на ефекти на „заклучване“ или мрежови ефекти. Следователно, когато големите онлайн платформи използват модела „съгласие или плащане“, за да получат съгласие за обработването е вероятно да възникнат вредни последици.

- дали е налице **неравнопоставеност в отношенията** между субекта на данни и администратора. В това отношение някои неизчерпателни и некумулятивни фактори могат да помогнат на големите онлайн платформи при тази индивидуална оценка, включително позицията на дружеството на пазара, наличието на ефекти на „заклучване“ или мрежови ефекти, степента, в която физическото лице разчита на услугата, и целевите или преобладаващите получатели на услугата; когато съществува очевидна неравнопоставеност, съгласието може да се използва само при „изключителни обстоятелства“ и когато администраторът, в съответствие с принципа на отчетност, може да докаже, че няма „никакви неблагоприятни последици“ за субекта на данни, ако той не даде съгласието си, особено ако на лицата е предложена алтернатива, която няма отрицателно въздействие;
- дали съгласието се изисква за достъп до стоки или услуги, въпреки че обработването въз основа на съгласие не е необходимо за изпълнението на договора, приложим към предлагането на такива стоки или услуги. ЕКЗД отбелязва, че Съдът на Европейския съюз е посочил в решението по дело *Bundeskartellamt*, че на ползвателите, които отказват да дадат съгласието си за специални операции по обработване на данни, „евентуално срещу подходящо възнаграждение, да се предложи равностойна алтернатива, която не се съпътства от такива операции по обработване на данни“. По този начин администраторите ще избегнат въпроса за обвързаност с условия. Във всеки случай е необходимо да бъдат изпълнени и останалите критерии за „свободно изразено“ съгласие. ЕКЗД счита, че необходимостта на физическите лица да бъде предложена „**равностойна алтернатива**“, спомената от Съда на ЕС, се отнася до алтернативен вариант на въпросната услуга, предлагана от същия администратор, която не включва изразяване на съгласие за обработване на лични данни за целите на поведенческата реклама в интернет. ЕКЗД предоставя елементи, които могат да помогнат да се гарантира, че алтернативата е действително равностойна. Ако алтернативният вариант се различава само до степента, необходима вследствие на това, че администраторът не може да обработва лични данни за целите на поведенческата реклама в интернет, той по принцип може да се счита за равностоеен. Освен това при „равностойната алтернатива“ операциите по обработване на данни, които не са необходими за предоставянето на услугата и се основават на съгласие, трябва да бъдат пропуснати. Тъй като операциите по обработване, извършвани за целите на поведенческата реклама в интернет, не са необходими за предоставянето на услугата и се основават на съгласие, такива операции трябва да бъдат пропуснати в равностойната алтернатива, освен ако тези операции по обработване не обслужват и друга законна цел;
- дали събираната **такса** е такава, че да възпрепятства субектите на данни да направят истински избор или да ги подтикне да дадат съгласието си. По отношение на събирането на каквато и да е такса за достъп до вариант на „равностойна алтернатива“ на услугата администраторите следва да преценяват за всеки отделен случай дали въобще е подходящо да се събира такса и какъв размер е подходящ при дадените обстоятелства, като се имат предвид необходимостта да се предотврати превръщането на основното право на защита на данните в „премиум“ функция, запазена за богатите хора. Тази оценка следва да бъде извършена с оглед на изискванията за валидно съгласие и на принципите по член 5 от ОРЗД, по-специално

на принципа на добросъвестността, и като се вземат предвид както възможните алтернативи на поведенческата реклама в интернет, които водят до обработването на по-малко лични данни, така и позицията на субектите на данни.

На надзорните органи е възложено да осигурят прилагането на ОРЗД, което може да е свързано и с въздействието на всяка такса върху свободата на избор на субектите на данни. При много обстоятелства надзорните органи могат да се възползват от консултации с органи в други области на правото, включително по-специално с органите за защита на потребителите и за защита на конкуренцията;

- дали субектите на данни могат свободно да избират коя цел на обработването да приемат, вместо да бъдат изправени пред едно искане за съгласие, обединяващо няколко цели (**разграничаване**).
 - Съгласието е **информирано**. Администраторите носят отговорността, съгласно принципа на отчетност, да създадат и документират информационен процес, който дава възможност на субектите на данни да разбират напълно и ясно стойността, обхвата и последиците от техния възможен избор. Това означава, че преди да направят какъвто и да е избор, физическите лица следва да получат ясна информация за дейностите по обработване, свързани с всяка от предложените им възможности. Големите онлайн платформи трябва да вземат предвид сложността на дейностите по обработване на данни, необходими за предоставяне на поведенческа реклама в интернет, и да гарантират, че информацията се предоставя по ясен и разбираем начин за целевите получатели.
 - Съгласието е **недвусмислено волеизявление**. Големите онлайн платформи следва внимателно да проектират начина, по който от субектите на данни се иска да предоставят съгласието си, за да се гарантира, че лицата не са обект на тъмни модели. Когато ползвателят дава съгласието си за дейностите по обработване, които позволяват безвъзмезден достъп до услугата, трябва да се счита, че потребителят дава съгласието си само за тези дейности по обработване, като се имат предвид изискванията съгласието да бъде конкретно. За да се счита, че съгласието е ясно дадено за други цели, тези цели следва да бъдат активно избрани от ползвателя.
 - Съгласието е **конкретно**. Това означава, че големите онлайн платформи следва точно да определят и разграничат целите на дейностите по обработване, за които се изисква съгласие. Например съгласието, получено за целите на поведенческата реклама в интернет, не следва да се обединява с други цели. Големите онлайн платформи следва да оценяват и документират за всеки отделен случай дали предоставянето на поведенческа реклама в интернет води до обработване на лични данни за различни цели и до изискване на отделни съгласия за тези цели.
183. ЕКЗД припомня, че **получаването на съгласие не освобождава големите онлайн платформи от задължението да спазват останалите правила и принципи, предвидени в ОРЗД**, включително принципите, посочени в член 5 от ОРЗД. Следните принципи са от особена важност за тези платформи, прилагащи моделите „съгласие или плащане“, не само когато се оценява дали съгласието е валидно:
- **ограничение на целите и свеждане на данните до минимум**. Големите онлайн платформи носят отговорността да определят ясно целта на своите дейности по обработване и да

гарантират, че се обработват само личните данни, които са необходими за постигането на тази цел;

- **добросъвестност.** За да гарантират, че техните дейности по обработване на данни са съобразени с принципа на добросъвестността, големите онлайн платформи следва да отчитат въздействието на дейностите си по обработване на данни върху правата и достойнството на физическите лица и да предоставят възможно най-висока степен на самостоятелност на субектите на данни;
- **защита на данните на етапа на проектирането.** Големите онлайн платформи са длъжни да прилагат подходящи технически и организационни мерки и да въвеждат необходимите гаранции в дейностите си по обработване, за да се спазят изискванията на ОРЗД и да се защитят правата и свободите на субектите на данни;
- **защита на данните по подразбиране.** Големите онлайн платформи отговарят за въвеждането на такива настройки и опции по подразбиране, които да позволяват само обработване, което е строго необходимо за постигане на определената законосъобразна цел;
- **отчетност.** Големите онлайн платформи носят отговорност и трябва да са в състояние да докажат спазването на ОРЗД, включително на изброените по-горе принципи.

За Европейския комитет по защита на данните

Председател

(Anu Talus)