

Γνώμη του Συμβουλίου Προστασίας Δεδομένων (άρθρο 64)



Γνώμη 8/2024 σχετικά με την έγκυρη συγκατάθεση στο πλαίσιο μοντέλων συγκατάθεσης ή πληρωμής τα οποία εφαρμόζουν μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες

Εκδόθηκε στις 17 Απριλίου 2024

Translations proofread by EDPB Members.

This language version has not yet been proofread.

Συνοπτική παρουσίαση

Η γερμανική (Αμβούργο), η ολλανδική και η νορβηγική εποπτική αρχή ζήτησαν από το ΕΣΠΔ να εκδώσει γνώμη σχετικά με τις περιστάσεις και τις συνθήκες υπό τις οποίες μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες μπορούν να εφαρμόζουν μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής» που σχετίζονται με συμπεριφορική διαφήμιση κατά τρόπο που συνιστά έγκυρη, και ειδικότερα ελεύθερη, συγκατάθεση, λαμβανομένης επίσης υπόψη της απόφασης του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΔΕΕ) στην υπόθεση C-252/21. Συγκεκριμένα, το αντικείμενο της παρούσας γνώμης περιορίζεται στην εφαρμογή, από μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες (οι οποίες ορίζονται για τους σκοπούς της παρούσας γνώμης), μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής», στο πλαίσιο των οποίων ζητείται από τους χρήστες να συγκατατεθούν στην επεξεργασία για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης.

Συναφώς, το ΕΣΠΔ τονίζει την αναγκαιότητα συμμόρφωσης με όλες τις απαιτήσεις του ΓΚΠΔ, ειδικότερα εκείνες που αφορούν την έγκυρη συγκατάθεση, αξιολογώντας συγχρόνως τις ιδιαιτερότητες κάθε περίπτωσης. Ιδιαίτερη σημασία έχει η αρχή της λογοδοσίας. Το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι η εξασφάλιση συγκατάθεσης δεν απαλλάσσει τον υπεύθυνο επεξεργασίας από την τήρηση των αρχών που περιγράφονται στο άρθρο 5 του ΓΚΠΔ καθώς και άλλων υποχρεώσεων που υπέχει από τον ΓΚΠΔ. Η τήρηση των αρχών της αναγκαιότητας και της αναλογικότητας, του περιορισμού του σκοπού, της ελαχιστοποίησης των δεδομένων και της αντικειμενικότητας είναι καθοριστικής σημασίας.

Στις περισσότερες περιπτώσεις, οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες δεν θα μπορούν να συμμορφώνονται με τις απαιτήσεις για την έγκυρη συγκατάθεση, εάν παρέχουν στους χρήστες μόνον τη δυαδική επιλογή είτε να συγκατατεθούν στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης είτε να πληρώσουν τέλος.

Η παροχή μιας εναλλακτικής υπηρεσίας επί πληρωμή (και μόνον), αντί της υπηρεσίας που περιλαμβάνει την επεξεργασία για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης, δεν θα πρέπει να αποτελεί στο μέλλον την εξ ορισμού λύση για τους υπευθύνους επεξεργασίας. Όταν αναπτύσσουν την εναλλακτική εκδοχή στην υπηρεσία που περιλαμβάνει συμπεριφορική διαφήμιση, οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες θα πρέπει να εξετάζουν το ενδεχόμενο να παρέχουν στα υποκείμενα των δεδομένων «ισοδύναμη εναλλακτική λύση» η οποία δεν συνεπάγεται την πληρωμή τέλους. Εάν οι υπεύθυνοι επεξεργασίας επιλέξουν την επιβολή τέλους για την πρόσβαση στην «ισοδύναμη εναλλακτική λύση», θα πρέπει να εξετάσουν επίσης το ενδεχόμενο παροχής άλλης εναλλακτικής δυνατότητας, δωρεάν, χωρίς συμπεριφορική διαφήμιση, π.χ. με κάποιου είδους διαφήμιση που περιλαμβάνει την επεξεργασία λιγότερων δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα ή τη μη επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Τούτος είναι ένας ιδιαίτερος σημαντικός παράγοντας κατά την αξιολόγηση ορισμένων κριτηρίων για την έγκυρη συγκατάθεση στο πλαίσιο του ΓΚΠΔ. Στις περισσότερες περιπτώσεις, η παροχή εκ μέρους του υπευθύνου επεξεργασίας περαιτέρω εναλλακτικής δυνατότητας χωρίς συμπεριφορική διαφήμιση, δωρεάν, θα έχει σημαντικό αντίκτυπο στην αξιολόγηση του κύρους της συγκατάθεσης, ειδικότερα σε σχέση με την πτυχή της ζημίας.

Σε σχέση με τις απαιτήσεις του ΓΚΠΔ για την έγκυρη συγκατάθεση, η συγκατάθεση πρέπει, καταρχάς, να είναι «ελεύθερη». Για την αποφυγή ζημίας που θα απέκλειε την ελεύθερη συγκατάθεση, κάθε τέλος που επιβάλλεται δεν μπορεί να είναι τέτοιο ώστε να αποθαρρύνει στην πράξη τα υποκείμενα των δεδομένων από μια ελεύθερη επιλογή. Επιπλέον, ζημία μπορεί να προκύψει όταν υποκείμενα των δεδομένων που δεν έδωσαν τη συγκατάθεσή τους δεν πληρώνουν τέλος και, επομένως, αντιμετωπίζουν τον αποκλεισμό τους από την υπηρεσία, ιδίως σε περιπτώσεις στις οποίες η υπηρεσία διαδραματίζει σημαντικό ρόλο ή είναι αποφασιστικής σημασίας για τη συμμετοχή στην κοινωνική ζωή ή την πρόσβαση σε επαγγελματικά δίκτυα, κατά μείζονα λόγο σε περίπτωση φαινομένων εγκλωβισμού ή αποτελεσμάτων δικτύου. Κατά συνέπεια, η πρόκληση ζημίας είναι πιθανή όταν

μεγάλες επιγραμματικές πλατφόρμες χρησιμοποιούν μοντέλο «συγκατάθεσης ή πληρωμής» προκειμένου να εξασφαλίσουν συγκατάθεση για την επεξεργασία.

Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας πρέπει επίσης να αξιολογούν, κατά περίπτωση, αν υπάρχει ανισορροπία ισχύος μεταξύ του υποκειμένου των δεδομένων και του υπευθύνου επεξεργασίας. Οι παράγοντες που πρέπει να αξιολογούνται περιλαμβάνουν τη θέση της μεγάλης επιγραμματικής πλατφόρμας στην αγορά, την ύπαρξη φαινομένων εγκλωβισμού ή αποτελεσμάτων δικτύου, τον βαθμό στον οποίο το υποκείμενο των δεδομένων στηρίζεται στην υπηρεσία και το βασικό κοινό της υπηρεσίας.

Το στοιχείο της αιρεσιμότητας, δηλαδή αν η συγκατάθεση απαιτείται για την πρόσβαση σε αγαθά ή υπηρεσίες, μολονότι η επεξεργασία δεν είναι αναγκαία για την εκτέλεση της σύμβασης, είναι επίσης ένα κριτήριο για την αξιολόγηση του αν η συγκατάθεση είναι «ελεύθερη». Με την απόφαση Bundeskartellamt, το ΔΕΕ έκρινε ότι στους χρήστες που αρνούνται να συγκατατεθούν σε συγκεκριμένες πράξεις επεξεργασίας πρέπει να αντιπροτείνεται, «εν ανάγκη έναντι κατάλληλης αμοιβής, μια αντίστοιχη εναλλακτική που δεν θα συνεπάγεται τη διενέργεια τέτοιων πράξεων επεξεργασίας». Με τον τρόπο αυτόν, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα αποφύγουν ζητήματα αιρεσιμότητας. Εν πάση περιπτώσει, τα λοιπά κριτήρια της «ελεύθερης» συγκατάθεσης θα πρέπει να πληρούνται επίσης.

Η «ισοδύναμη εναλλακτική λύση» παραπέμπει σε εναλλακτική εκδοχή της υπηρεσίας που παρέχει ο ίδιος υπεύθυνος επεξεργασίας, η οποία δεν περιλαμβάνει τη συγκατάθεση στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης. Με την παρούσα γνώμη παρέχονται στοιχεία τα οποία μπορούν να συμβάλουν στη διασφάλιση του πραγματικά ισοδύναμου χαρακτήρα της εναλλακτικής λύσης. Εάν η εναλλακτική εκδοχή της υπηρεσίας διαφέρει μόνον στον βαθμό που είναι αναγκαίο, ως αποτέλεσμα της αδυναμίας του υπευθύνου επεξεργασίας να επεξεργαστεί δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης, μπορεί καταρχήν να θεωρηθεί ισοδύναμη.

Σε σχέση με την επιβολή τέλους πρόσβασης στην «ισοδύναμη εναλλακτική» εκδοχή της υπηρεσίας, το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα δεν μπορούν να θεωρηθούν εμπορεύσιμα αγαθά, οι δε υπεύθυνοι επεξεργασίας δεν θα πρέπει να λησμονούν ότι πρέπει να αποφευχθεί η μετατροπή του θεμελιώδους δικαιώματος στην προστασία των δεδομένων σε χαρακτηριστικό διαθέσιμο στα υποκείμενα των δεδομένων μόνον με την πληρωμή τέλους. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να αξιολογούν, κατά περίπτωση, τόσο αν η επιβολή τέλους είναι κατάλληλη όσο και ποιο είναι το κατάλληλο υπό τις συγκεκριμένες περιστάσεις ύψος του τέλους, λαμβάνοντας υπόψη ενδεχόμενες εναλλακτικές λύσεις στη συμπεριφορική διαφήμιση, οι οποίες συνεπάγονται την επεξεργασία λιγότερων δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, καθώς και τη θέση του υποκειμένου των δεδομένων. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι το τέλος δεν είναι τέτοιο ώστε να αποθαρρύνει τα υποκείμενα των δεδομένων από μια πραγματική επιλογή, υπό το πρίσμα των απαιτήσεων της έγκυρης συγκατάθεσης και των αρχών που προβλέπονται στο άρθρο 5 του ΓΚΠΔ, και ειδικότερα της αρχής της αντικειμενικότητας. Συναφώς, η αρχή της λογοδοσίας είναι καθοριστικής σημασίας. Καθήκον των εποπτικών αρχών είναι η επιβολή της εφαρμογής του ΓΚΠΔ, η οποία μπορεί να αφορά επίσης τον αντίκτυπο οποιουδήποτε τέλους στην ελευθερία επιλογής των υποκειμένων των δεδομένων.

Μια άλλη προϋπόθεση αφορά τη λεπτομερή ανάλυση: όταν του προτείνεται ένα μοντέλο «συγκατάθεσης ή πληρωμής», το υποκείμενο των δεδομένων θα πρέπει να μπορεί να επιλέγει ελεύθερα τους σκοπούς της επεξεργασίας τους οποίους αποδέχεται και να μην υποχρεούται να απαντήσει σε αίτημα συγκατάθεσης το οποίο περιλαμβάνει πολλούς σκοπούς.

Η έγκυρη συγκατάθεση πρέπει επίσης να είναι «συγκεκριμένη», δηλαδή να παρέχεται για έναν ή περισσότερους συγκεκριμένους σκοπούς, και να ισοδυναμεί με ρητή δήλωση βούλησης: στα μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής» είναι ιδιαίτερος σημαντικό οι υπεύθυνοι επεξεργασίας να σχεδιάζουν προσεκτικά τον τρόπο με τον οποίο ζητούν από τα υποκείμενα των δεδομένων να παράσχουν τη συγκατάθεσή τους. Τα πρότυπα σχεδιασμού δεν θα πρέπει να παραπλανούν τους χρήστες.

Προκειμένου η συγκατάθεση να παρέχεται «εν πλήρει επιγνώσει», η διαδικασία ενημέρωσης που καθιερώνουν οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να παρέχει στα υποκείμενα των δεδομένων τη δυνατότητα πλήρους και σαφούς κατανόησης της αξίας, της έκτασης και των συνεπειών των ενδεχόμενων επιλογών τους, λαμβανομένης υπόψη της πολυπλοκότητας των δραστηριοτήτων επεξεργασίας που σχετίζονται με τη συμπεριφορική διαφήμιση.

Το ΕΣΠΔ παρέχει επίσης διευκρινίσεις σχετικά με την ανάκληση της συγκατάθεσης και συνιστά στους υπευθύνους επεξεργασίας να αξιολογούν προσεκτικά τη συχνότητα με την οποία πρέπει να «ανανεώνεται» η συγκατάθεση.

Πίνακας περιεχομένων

1	Εισαγωγή.....	8
1.1	Σύνοψη των πραγματικών περιστατικών	8
1.2	Παραδεκτό του αιτήματος έκδοσης γνώμης κατά το άρθρο 64 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ .	10
2	Ορισμοί και αντικείμενο της γνώμης.....	11
2.1	Ορισμοί.....	11
2.1.1	Ορισμός των μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής».....	11
2.1.2	Ορισμός της «συμπεριφορικής διαφήμισης».....	12
2.1.3	Ορισμός των «μεγάλων επιγραμμικών πλατφορμών» στο πλαίσιο της παρούσας γνώμης 14	
2.2	Αντικείμενο της γνώμης	15
3	Νομικό πλαίσιο	16
3.1	Σχετικές διατάξεις του ΓΚΠΔ	16
3.2	Άλλες νομικές πράξεις.....	17
3.3	Σύνοψη της απόφασης του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt	19
3.4	Υφιστάμενη καθοδήγηση του ΕΣΠΔ.....	21
4	Αξιολόγηση του ΕΣΠΔ.....	21
4.1	Αρχές και γενικές παρατηρήσεις	21
4.2	Προϋποθέσεις έγκυρης συγκατάθεσης	24
4.2.1	Ελεύθερη συγκατάθεση	24
4.2.2	Εν πλήρει επιγνώσει συγκατάθεση.....	41
4.2.3	Συγκεκριμένη συγκατάθεση.....	45
4.2.4	Ρητή δήλωση βούλησης.....	46
4.3	Πρόσθετα στοιχεία.....	47
4.3.1	Ανάκληση συγκατάθεσης.....	47
4.3.2	Ανανέωση της συγκατάθεσης	49
5	Συμπεράσματα	50

Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Προστασίας Δεδομένων

Έχοντας υπόψη το άρθρο 63 και το άρθρο 64 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 27ης Απριλίου 2016, για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών και την κατάργηση της οδηγίας 95/46/ΕΚ (στο εξής: ΓΚΠΔ),

Έχοντας υπόψη τη συμφωνία για τον ΕΟΧ, και ιδίως το παράρτημα ΧΙ και το πρωτόκολλο 37, όπως τροποποιήθηκαν με την απόφαση αριθ. 154/2018 της Μεικτής Επιτροπής του ΕΟΧ της 6ης Ιουλίου 2018¹,

Έχοντας υπόψη τα άρθρα 10 και 22 του εσωτερικού κανονισμού του,

Εκτιμώντας τα ακόλουθα:

1) Κύριος ρόλος του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Προστασίας Δεδομένων (στο εξής: ΕΣΠΔ) είναι η διασφάλιση της συνεκτικής εφαρμογής του ΓΚΠΔ σε ολόκληρο τον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο (στο εξής: ΕΟΧ). Το άρθρο 64 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ προβλέπει ότι κάθε εποπτική αρχή, ο/η πρόεδρος του ΕΣΠΔ ή η Επιτροπή μπορεί να ζητήσει την εξέταση οποιουδήποτε ζητήματος γενικής εφαρμογής ή ζητήματος που παράγει αποτελέσματα σε περισσότερα από ένα κράτη μέλη του ΕΟΧ από το ΕΣΠΔ, με σκοπό την έκδοση γνώμης. Σκοπός της παρούσας γνώμης είναι η εξέταση ενός ζητήματος γενικής εφαρμογής ή ζητήματος το οποίο παράγει αποτελέσματα σε περισσότερα από ένα κράτη μέλη του ΕΟΧ.

2) Η γνώμη του ΕΣΠΔ εκδίδεται σύμφωνα με το άρθρο 64 παράγραφος 3 του ΓΚΠΔ σε συνδυασμό με το άρθρο 10 παράγραφος 2 του εσωτερικού κανονισμού του ΕΣΠΔ εντός οκτώ εβδομάδων αφότου ο/η πρόεδρος και οι αρμόδιες εποπτικές αρχές αποφάσισαν ότι ο φάκελος είναι πλήρης. Με απόφαση του/της προέδρου, η προθεσμία αυτή μπορεί να παραταθεί κατά έξι ακόμη εβδομάδες, ανάλογα με την πολυπλοκότητα του θέματος.

ΕΞΕΔΩΣΕ ΤΗΝ ΑΚΟΛΟΥΘΗ ΓΝΩΜΗ:

1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Σύνοψη των πραγματικών περιστατικών

1. Στις 17 Ιανουαρίου 2024 η ολλανδική εποπτική αρχή, ενεργώντας επίσης εξ ονόματος της νορβηγικής εποπτικής αρχής και της γερμανικής (Αμβούργο) εποπτικής αρχής (καλούμενες στο εξής: αιτούσες εποπτικές αρχές), ζήτησε από το ΕΣΠΔ να εκδώσει γνώμη δυνάμει του άρθρου 64 παράγραφος 2 του

¹ Οι αναφορές σε «κράτη μέλη» σε όλη την παρούσα γνώμη θα πρέπει να νοούνται ως αναφορές στα «κράτη μέλη του ΕΟΧ».

ΓΚΠΔ σε σχέση με τα καλούμενα μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής» (στο εξής: αίτημα έκδοσης γνώμης).

2. Στις 25 Ιανουαρίου 2024 η πρόεδρος του ΕΣΠΔ και η ολλανδική εποπτική αρχή έκριναν ότι ο φάκελος ήταν πλήρης. Την ίδια ημερομηνία, η γραμματεία του ΕΣΠΔ διένειμε τον φάκελο.
3. Το αίτημα έκδοσης γνώμης αφορά, εν ολίγοις, τις περιστάσεις υπό τις οποίες μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες, οι οποίες προσελκύουν μεγάλο αριθμό χρηστών στον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο (ΕΟΧ), μπορούν να χρησιμοποιούν τα καλούμενα μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής»², όταν τα δεδομένα υποβάλλονται σε επεξεργασία για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης, κατά τρόπο ώστε να πληρούται η απαίτηση για έγκυρη, και ειδικότερα ελεύθερη, συγκατάθεση³.
4. Οι αιτούσες εποπτικές αρχές υπενθυμίζουν τις κατευθυντήριες γραμμές 5/2020 του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση βάσει του κανονισμού 2016/679 (στο εξής: κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση) και υπογραμμίζουν ότι είναι σημαντικό να αξιολογηθεί αν τα υποκείμενα των δεδομένων που βρίσκονται αντιμέτωπα με μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής» «είναι σε θέση να έχουν πραγματική επιλογή», λαμβανομένου υπόψη του «κινδύνου εξαπάτησης, εκφοβισμού, εξαναγκασμού ή σημαντικών αρνητικών επιπτώσεων», ή αν υπάρχει οποιοδήποτε «στοιχείο καταναγκασμού, πίεσης ή αδυναμίας άσκησης της ελεύθερης βούλησης»⁴.
5. Οι αιτούσες εποπτικές αρχές επισημαίνουν περαιτέρω ότι τα ανωτέρω ζητήματα θα πρέπει να εξεταστούν υπό το πρίσμα της απόφασης του ΔΕΕ στην υπόθεση *Bundeskartellamt*⁵.
6. Τέλος, στο πλαίσιο της αιτιολόγησης του αιτήματος έκδοσης γνώμης, οι αιτούσες εποπτικές αρχές επισημαίνουν ότι «ορισμένα μέλη του ΕΣΠΔ έχουν ήδη παράσχει καθοδήγηση σχετικά με μοντέλα “συγκατάθεσης ή πληρωμής” σε εθνικό επίπεδο, για παράδειγμα, σε σχέση με μέσα ενημέρωσης», και ότι, μολονότι η εν λόγω καθοδήγηση είναι «πολύτιμη και αποτελεί μια καλή αφετηρία», «απευθύνεται συνήθως σε μικρότερους υπευθύνους επεξεργασίας»⁶. Επομένως, οι αιτούσες εποπτικές αρχές ισχυρίζονται ότι πρέπει να δοθεί απάντηση σε συγκεκριμένα ερωτήματα που τίθενται λόγω της εφαρμογής, από μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες, μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής», προκειμένου να διασφαλιστεί η συνεπής ερμηνεία και εφαρμογή του ΓΚΠΔ.

² Βλ. ορισμό στην ενότητα 2.1.1 της παρούσας γνώμης.

³ Αίτημα έκδοσης γνώμης δυνάμει του άρθρου 64 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ, ενότητα I («Εισαγωγή»), σ. 1.

⁴ Αίτημα έκδοσης γνώμης, ενότητα II («Ιστορικό και αιτιολογία υποβολής του παρόντος αιτήματος»), Α. Νομικό πλαίσιο σχετικά με τη θεμελιώδη έννοια της συγκατάθεσης», σ. 2. Συναφώς, βλ. κατευθυντήριες γραμμές 5/2020 του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση βάσει του κανονισμού 2016/679, εκδόθηκαν στις 4 Μαΐου 2020, σημείο 24.

⁵ Αίτημα έκδοσης γνώμης, ενότητα II («Ιστορικό και αιτιολογία υποβολής του παρόντος αιτήματος»), Β. Η σχέση μεταξύ συγκατάθεσης και «μοντέλων συγκατάθεσης ή πληρωμής», σ. 3. Βλ. απόφαση του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης, της 4ης Ιουλίου 2023, *Meta Platforms Inc. κατά Bundeskartellamt*, C-252/21, EU:C:2023:537 (στο εξής: απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση *Bundeskartellamt*). Ειδικότερα, οι αιτούσες εποπτικές αρχές υπενθυμίζουν τις σκέψεις 143, 144 και 148 έως 150 της απόφασης του ΔΕΕ στην υπόθεση *Bundeskartellamt*.

⁶ Αίτημα έκδοσης γνώμης, ενότητα II («Ιστορικό και αιτιολογία υποβολής του παρόντος αιτήματος»), C. Τρέχουσες εξελίξεις και αναγκαιότητα σαφήνειας, σ. 4. Ειδικότερα, μαζί με το αίτημα έκδοσης γνώμης, οι αιτούσες εποπτικές αρχές υποβάλλουν εθνική καθοδήγηση με την οποία καθορίζονται γενικά κριτήρια για μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής» η οποία εκδόθηκε από τις εποπτικές αρχές της Γερμανίας (Αμβούργο), της Γαλλίας και της Αυστρίας.

1.2 Παραδεκτό του αιτήματος έκδοσης γνώμης κατά το άρθρο 64 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ

7. Το άρθρο 64 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ προβλέπει, ειδικότερα, ότι κάθε εποπτική αρχή μπορεί να ζητήσει την εξέταση, από το ΕΣΠΔ, οποιουδήποτε ζητήματος γενικής εφαρμογής ή ζητήματος που παράγει αποτελέσματα σε περισσότερα από ένα κράτη μέλη με σκοπό την έκδοση γνώμης.
8. Οι αιτούσες εποπτικές αρχές διευκρινίζουν με το αίτημα έκδοσης γνώμης ότι, «από την άποψη της προστασίας των δεδομένων, δεν υπάρχει, επί του παρόντος, συνεκτική απάντηση σε ευρωπαϊκό επίπεδο στο ανωτέρω ζήτημα⁷ το οποίο αφορά το κύρος της συγκατάθεσης σε σχέση με μοντέλα “συγκατάθεσης ή πληρωμής”»⁸. Οι αιτούσες εποπτικές αρχές υπογραμμίζουν επίσης ότι τούτο «δημιουργεί προβληματισμό, καθώς το συγκεκριμένο ζήτημα [...] συνδέεται άρρηκτα με την ερμηνεία της έννοιας της συγκατάθεσης και είναι, επομένως, ζήτημα γενικής εφαρμογής το οποίο αφορά βασική έννοια του ΓΚΠΔ»⁹.
9. Το αίτημα έκδοσης γνώμης αφορά τη συνεπή ερμηνεία της έννοιας της συγκατάθεσης και, ειδικότερα, τις περιστάσεις υπό τις οποίες η συγκατάθεση που εξασφαλίζουν οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες που επεξεργάζονται δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης και εφαρμόζουν μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής» μπορεί να θεωρείται έγκυρη. Ως εκ τούτου, το ΕΣΠΔ εκτιμά ότι το αίτημα έκδοσης γνώμης αφορά «ζήτημα γενικής εφαρμογής» κατά την έννοια του άρθρου 64 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ. Ειδικότερα, το ζήτημα αφορά τις λεπτομέρειες πρακτικής εφαρμογής βασικών διατάξεων του ΓΚΠΔ σε σχέση με τις οποίες δεν υπάρχει, επί του παρόντος, συνεπής ερμηνεία σε επίπεδο ΕΕ. Μπορεί, επομένως, να υποστηριχθεί ότι υπάρχει γενικό συμφέρον εξέτασης του ζητήματος αυτού, με τη μορφή γνώμης του ΕΣΠΔ, προκειμένου να διασφαλιστεί η ομοιόμορφη εφαρμογή του ΓΚΠΔ. Η εφαρμογή μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής» εκ μέρους μεγάλων επιγραμμικών πλατφορμών εγείρει συγκεκριμένα ζητήματα: όπως υπογράμμισαν οι αιτούσες εποπτικές αρχές, «η έλλειψη ομοιόμορφης προσέγγισης είναι ιδιαίτερος προβληματική στην περίπτωση μεγάλων επιγραμμικών πλατφορμών που προσελκύουν εκατομμύρια υποκείμενα των δεδομένων στην Ευρώπη. Μπορεί να υποστηριχθεί ότι, ιδίως όταν πρόκειται για τέτοιες μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες, απαιτείται ομοιόμορφη προσέγγιση κάθε ζητήματος γενικής εφαρμογής που αφορά το συγκεκριμένο είδος υπευθύνων επεξεργασίας, δεδομένου ότι οι εν λόγω πλατφόρμες δραστηριοποιούνται σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ και του ΕΟΧ και κάθε μοντέλο “συγκατάθεσης ή πληρωμής” που εφαρμόζουν οι υπεύθυνοι επεξεργασίας που εκμεταλλεύονται τέτοιου είδους μεγάλη επιγραμμική πλατφόρμα θα επηρεάσει εκατομμύρια Ευρωπαίους υποκείμενα των δεδομένων»¹⁰.
10. Το αίτημα έκδοσης γνώμης περιλαμβάνει γραπτή αιτιολογία, με την οποία εκτίθενται το ιστορικό και οι λόγοι υποβολής του ζητήματος στο ΕΣΠΔ, καθώς και το σχετικό νομικό πλαίσιο, η σχέση μεταξύ της συγκατάθεσης και των μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής» καθώς και οι τρέχουσες εξελίξεις στη νομολογία του ΔΕΕ και η αναγκαιότητα σαφήνειας και συνεπούς ερμηνείας¹¹. Ως εκ τούτου, το ΕΣΠΔ

⁷ Βλ. σημείο 3 της παρούσας γνώμης.

⁸ Αίτημα έκδοσης γνώμης, ενότητα II («Ιστορικό και αιτιολογία υποβολής του παρόντος αιτήματος»), C. Τρέχουσες εξελίξεις και αναγκαιότητα σαφήνειας, σ. 4.

⁹ Αίτημα έκδοσης γνώμης, ενότητα II («Ιστορικό και αιτιολογία υποβολής του παρόντος αιτήματος»), C. Τρέχουσες εξελίξεις και αναγκαιότητα σαφήνειας, σ. 4.

¹⁰ Αίτημα έκδοσης γνώμης, ενότητα II («Ιστορικό και αιτιολογία υποβολής του παρόντος αιτήματος»), C. Τρέχουσες εξελίξεις και αναγκαιότητα σαφήνειας, σ. 5.

¹¹ Αίτημα έκδοσης γνώμης, ενότητα II («Ιστορικό και αιτιολογία υποβολής του παρόντος αιτήματος»), σ. 1-5.

εκτιμά ότι το αίτημα έκδοσης γνώμης είναι αιτιολογημένο, σύμφωνα με το άρθρο 10 παράγραφος 3 του εσωτερικού κανονισμού του ΕΣΠΑ¹².

11. Σύμφωνα με το άρθρο 64 παράγραφος 3 του ΓΚΠΔ, το ΕΣΠΑ δεν εκδίδει γνώμη εάν έχει ήδη εκδώσει γνώμη επί του ίδιου θέματος¹³. Όπως εξηγείται αναλυτικότερα στην ενότητα 3.4 κατωτέρω, το ΕΣΠΑ δεν έχει εκδώσει γνώμη επί του ίδιου θέματος και δεν έχει παράσχει ακόμη απαντήσεις στα ζητήματα που ανακύπτουν από το αίτημα έκδοσης γνώμης.
12. Για τους ανωτέρω λόγους, το ΕΣΠΑ εκτιμά ότι το αίτημα έκδοσης γνώμης είναι παραδεκτό και ότι τα ζητήματα που απορρέουν από αυτό θα πρέπει να αναλυθούν στην παρούσα γνώμη (στο εξής: γνώμη) που εκδίδεται δυνάμει του άρθρου 64 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ.
13. Στην ενότητα που ακολουθεί παρέχεται ορισμός των μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής», της «συμπεριφορικής διαφήμισης» και των «μεγάλων επιγραμμικών πλατφορμών», στο πλαίσιο της παρούσας γνώμης, και περιγράφεται το αντικείμενο της γνώμης.

2 ΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΓΝΩΜΗΣ

2.1 Ορισμοί

2.1.1 Ορισμός των μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής»

14. Τα μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής»¹⁴ μπορούν να οριστούν ως μοντέλα στα οποία ο υπεύθυνος επεξεργασίας προτείνει στα υποκείμενα των δεδομένων δύο τουλάχιστον επιλογές προκειμένου να αποκτήσουν πρόσβαση σε επιγραμμική υπηρεσία την οποία παρέχει: τα υποκείμενα των δεδομένων μπορούν 1) να συγκατατεθούν στην επεξεργασία των δεδομένων τους προσωπικού χαρακτήρα για συγκεκριμένο σκοπό ή 2) να αποφασίσουν να πληρώσουν τέλος ώστε να αποκτήσουν πρόσβαση στην επιγραμμική υπηρεσία χωρίς τα δεδομένα τους προσωπικού χαρακτήρα να υποβληθούν σε επεξεργασία για τέτοιο σκοπό. Η παρούσα γνώμη θα επικεντρωθεί σε μοντέλα στα οποία η συγκατάθεση μπορεί να παρασχεθεί για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης.
15. Βάσει της πρώτης επιλογής που αναφέρθηκε ανωτέρω, τα υποκείμενα των δεδομένων αποκτούν πρόσβαση στην υπηρεσία μόνον εάν συγκατατεθούν στην παρακολούθηση και τη στόχευσή τους με συμπεριφορική διαφήμιση από τον υπεύθυνο επεξεργασίας. Στην περίπτωση αυτή, το επιχειρηματικό μοντέλο του υπευθύνου επεξεργασίας χρηματοδοτείται συνήθως μέσω επιγραμμικής διαφήμισης που βασίζεται στη συμπεριφορά των χρηστών.

¹² Το άρθρο 10 παράγραφος 3 του εσωτερικού κανονισμού του ΕΣΠΑ ορίζει τα εξής: «[τ]α αιτήματα σύμφωνα με το άρθρο 64 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ υποβάλλονται αιτιολογημένα».

¹³ Άρθρο 64 παράγραφος 3 του ΓΚΠΔ και άρθρο 10 παράγραφος 4 του εσωτερικού κανονισμού του ΕΣΠΑ.

¹⁴ Συναφώς, βλ. επίσης έγγραφα που έχουν εκδοθεί σε εθνικό επίπεδο όπως i) DSB (εποπτική αρχή της Αυστρίας), *FAQ zum Thema Cookies und Datenschutz*, 20 Δεκεμβρίου 2023, ii) CNIL (εποπτική αρχή της Γαλλίας), *Cookie walls: la CNIL publie des premiers critères d'évaluation*, 16 Μαΐου 2022, και iii) DSK (διάσκεψη ανεξάρτητων αρχών προστασίας δεδομένων της Γερμανίας), *Beschluss - der Konferenz der unabhängigen Datenschutzaufsichtsbehörden des Bundes und der Länder vom*, 22 Μαρτίου 2023.

16. Βάσει της δεύτερης επιλογής, τα υποκείμενα των δεδομένων πληρώνουν ένα τέλος (το οποίο μπορεί να είναι, για παράδειγμα, μια εβδομαδιαία, μηνιαία ή ετήσια συνδρομή ή μια εφάπαξ πληρωμή)¹⁵ και αποκτούν δικαίωμα πρόσβασης σε εκδοχή της υπηρεσίας η οποία δεν περιλαμβάνει την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα του χρήστη για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης. Επισημαίνεται, ωστόσο, ότι, μολονότι η δεύτερη επιλογή μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την απουσία κάθε παρακολούθησης των υποκειμένων των δεδομένων, μπορεί επίσης να συνεπάγεται την παρακολούθηση των υποκειμένων των δεδομένων για διαφορετικούς σκοπούς, π.χ. με σκοπό την ανάλυση της χρήσης ενός ιστοτόπου για τη βελτίωση των λειτουργικότητων του. Το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι, εν πάση περιπτώσει, τέτοιοι σκοποί πρέπει να είναι νόμιμοι και συγκεκριμένοι και ότι η επεξεργασία πρέπει να βασίζεται σε νόμιμο λόγο δυνάμει του ΓΚΠΔ. Επιπλέον, στο πλαίσιο της επί πληρωμή εκδοχής της υπηρεσίας, ενδέχεται να χρησιμοποιούνται cookies ή τεχνολογίες παρακολούθησης για σκοπούς εκτός της συμπεριφορικής διαφήμισης. Εάν οποιαδήποτε χρησιμοποιούμενη τεχνολογία συνεπάγεται απόκτηση πρόσβασης σε πληροφορίες ή αποθήκευση πληροφοριών σε τερματικό εξοπλισμό, οι πράξεις αυτές πρέπει να συμμορφώνονται με τον ΓΚΠΔ και το άρθρο 5 παράγραφος 3 της οδηγίας για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες, κατά περίπτωση.
17. Μολονότι στο πλαίσιο των μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής» που εξετάζονται στην παρούσα γνώμη, το υποκείμενο των δεδομένων συνήθως δεν αποκτά πρόσβαση στην υπηρεσία εάν δεν συγκατατεθεί στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης και δεν πληρώσει τέλος, το ΕΣΠΔ υπογραμμίζει ότι στα υποκείμενα των δεδομένων μπορεί να παρέχεται μια άλλη εναλλακτική λύση, χωρίς συμπεριφορική διαφήμιση, δωρεάν, όπως περιγράφεται αναλυτικότερα στην ενότητα 4.2.1.1 κατωτέρω.

2.1.2 Ορισμός της «συμπεριφορικής διαφήμισης»

18. Το ΕΣΠΔ επισημαίνει τη διάδοση, με την πάροδο του χρόνου, των μηχανισμών που καθιστούν δυνατή την παροχή εξατομικευμένων επιγραμμικών διαφημίσεων στα υποκείμενα των δεδομένων. Η εξειδίκευση των εν λόγω μηχανισμών αυξήθηκε επίσης. Η στόχευση των χρηστών με εξατομικευμένη διαφήμιση μπορεί να πραγματοποιείται βάσει διαφόρων κριτηρίων και τεχνικών, συμπεριλαμβανομένων πληροφοριών που σχετίζονται με τη συμπεριφορά τους στο διαδίκτυο και εκτός διαδικτύου.
19. Η συμπεριφορική διαφήμιση, η οποία προϋποθέτει την κατάρτιση αναλυτικών προφίλ υποκειμένων των δεδομένων, έχει καταστεί βασικό χαρακτηριστικό ορισμένων επιχειρηματικών μοντέλων στο τρέχον επιγραμμικό περιβάλλον. Στη γνώμη 2/2010 της ομάδας εργασίας του άρθρου 29 σχετικά με την επιγραμμική συμπεριφορική διαφήμιση, η συμπεριφορική διαφήμιση ορίζεται ως «η διαφήμιση που βασίζεται στην παρατήρηση της συμπεριφοράς των χρηστών σε βάθος χρόνου»¹⁶. Η ομάδα εργασίας του άρθρου 29 υπογράμμισε επίσης ότι η συμπεριφορική διαφήμιση «μελετά τα χαρακτηριστικά της συμπεριφοράς αυτής μέσω των ενεργειών των χρηστών (επαναλαμβανόμενες επισκέψεις σε δικτυακούς τόπους, διαδραστικές ενέργειες, λέξεις-κλειδιά, επιγραμμική παραγωγή περιεχομένου κ.λπ.) με σκοπό τη δημιουργία συγκεκριμένου προφίλ και την επακόλουθη προώθηση

¹⁵ Στις περιπτώσεις αυτές, η επί πληρωμή συνδρομή μπορεί επίσης να βασίζεται στις υπηρεσίες στις οποίες ο χρήστης αποκτά πρόσβαση, π.χ. βασική υπηρεσία για το πρώτο επίπεδο συνδρομής, πρόσθετη συνδρομή για πρόσθετες/συμπληρωματικές υπηρεσίες ή λειτουργικότητες.

¹⁶ Ομάδα εργασίας του άρθρου 29, γνώμη 2/2010 σχετικά με την επιγραμμική συμπεριφορική διαφήμιση, WP 171, εκδόθηκε στις 22 Ιουνίου 2010 (στο εξής: γνώμη της ομάδας του άρθρου 29 σχετικά με την επιγραμμική συμπεριφορική διαφήμιση), σ. 6.

στοχοθετημένης διαφήμισης που να ανταποκρίνεται στα ενδιαφέροντα των [υποκειμένων των δεδομένων]»¹⁷.

20. Όπως εξηγήθηκε με την προαναφερθείσα γνώμη της ομάδας εργασίας του άρθρου 29, η συμπεριφορική διαφήμιση βασίζεται σε δεδομένα τα οποία συλλέγονται μέσω της παρατήρησης της δραστηριότητας των χρηστών σε βάθος χρόνου (π.χ. τις σελίδες που επισκέπτονται, τον χρόνο που αφιερώνουν σε σελίδα στην οποία απεικονίζεται ένα συγκεκριμένο προϊόν, τον αριθμό των εκ νέου συνδέσεων σε μια σελίδα, τα «like» που δίνουν ή τη γεωγραφική θέση τους). Σε τέτοιες περιπτώσεις, η παρακολούθηση των χρηστών πραγματοποιείται συνήθως μέσω της χρήσης cookies ή άλλων παρόμοιων τεχνολογιών παρακολούθησης (π.χ. πρόσθετα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή εικονοστοιχεία). Διάφοροι παράγοντες (π.χ. πλατφόρμες και μεσίτες δεδομένων) μπορούν να παρακολουθούν τους χρήστες σε διάφορους ιστοτόπους¹⁸. Τα δεδομένα που συλλέγονται, τα οποία μπορεί, σε ορισμένες περιπτώσεις, να συνδυάζονται με δεδομένα τα οποία παρέχει ο ίδιος ο χρήστης (π.χ. όταν δημιουργεί έναν λογαριασμό στο διαδίκτυο ή όταν συνδέεται σε έναν ιστοτόπο) ή με εκτός διαδικτύου δεδομένα, παρέχουν στις επιχειρήσεις τη δυνατότητα να συναγάγουν πληροφορίες σχετικά με τον χρήστη και να αντλήσουν συμπεράσματα σχετικά με τις προτιμήσεις, τα γούστα και τα ενδιαφέροντά του¹⁹. Όταν οι υπεύθυνοι επεξεργασίας επεξεργάζονται δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης πραγματοποιούν διάφορες δραστηριότητες επεξεργασίας. Τέτοιες δραστηριότητες είναι η παρακολούθηση της συμπεριφοράς των υποκειμένων των δεδομένων, η συλλογή δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και η ανάλυση των εν λόγω δεδομένων για τον σκοπό της κατάρτισης και της ανάπτυξης προφίλ χρηστών, η ανταλλαγή δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα με τρίτους στο πλαίσιο της κατάρτισης και της ανάπτυξης προφίλ χρηστών ή της σύνδεσης διαφημιστών με εκδότες, η προβολή εξατομικευμένων διαφημίσεων στα υποκείμενα των δεδομένων βάσει του προκύπτοντος προφίλ και η ανάλυση της αλληλεπίδρασης των χρηστών με τις διαφημίσεις που προβάλλονται βάσει του προφίλ τους.
21. Για τον λόγο αυτόν, η συμπεριφορική διαφήμιση θεωρείται ιδιαιτέρως παρεμβατική μορφή διαφήμισης, καθώς μπορεί να παρέχει στους υπευθύνους επεξεργασίας πολύ λεπτομερή εικόνα της προσωπικής ζωής των φυσικών προσώπων. Επιπλέον, όπως υπενθύμισε το ΕΣΠΔ με τις κατευθυντήριες γραμμές 8/2020 σχετικά με τη στόχευση χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης, η συμπεριφορική διαφήμιση ενέχει σημαντικούς κινδύνους για τα θεμελιώδη δικαιώματα και τις ελευθερίες των υποκειμένων των δεδομένων, συμπεριλαμβανομένων του ενδεχομένου δυσμενών διακρίσεων και αποκλεισμού και ενδεχόμενης χειραγώγησης των χρηστών²⁰.

¹⁷ Γνώμη της ομάδας εργασίας του άρθρου 29 σχετικά με την επιγραμμική συμπεριφορική διαφήμιση, σ. 6.

¹⁸ Κατευθυντήριες γραμμές 8/2020 του ΕΣΠΔ σχετικά με τη στόχευση χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης, έκδοση 2.0, εκδόθηκε στις 13 Απριλίου 2021 (στο εξής: κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη στόχευση), σημείο 3.

¹⁹ Γνώμη της ομάδας εργασίας του άρθρου 29 σχετικά με την επιγραμμική συμπεριφορική διαφήμιση, σ. 9 («Υπάρχουν δύο βασικές προσεγγίσεις όσον αφορά τη δημιουργία προφίλ των χρηστών: i) Τα προφίλ πρόβλεψης δημιουργούνται επαγωγικά από την παρακολούθηση της ατομικής και συλλογικής συμπεριφοράς των χρηστών σε βάθος χρόνου, ιδίως με παρακολούθηση της επισκεψιμότητας των σελίδων και των διαφημίσεων που οι χρήστες έχουν παρακολουθήσει ή κάνει κλικ σε αυτές. ii) Τα συγκεκριμένα προφίλ δημιουργούνται από προσωπικά στοιχεία που οι ίδιοι οι χρήστες έχουν παράσχει σε δικτυακή υπηρεσία, π.χ. μέσω της εγγραφής τους. Οι δύο προσεγγίσεις μπορούν να χρησιμοποιηθούν συνδυαστικά. Επιπλέον, τα προφίλ πρόβλεψης μπορούν να γίνουν συγκεκριμένα σε μετέπειτα στάδιο, όταν ένας χρήστης δημιουργεί διαπιστευτήρια εισόδου για συγκεκριμένους δικτυακούς τόπους.»).

²⁰ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη στόχευση, σημεία 9-18.

2.1.3 Ορισμός των «μεγάλων επιγραμμικών πλατφορμών» στο πλαίσιο της παρούσας γνώμης

22. Η παρούσα γνώμη επικεντρώνεται στα μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής» που εφαρμόζουν «υπεύθυνοι επεξεργασίας “μεγάλων επιγραμμικών πλατφορμών” που προσελκύουν μεγάλο αριθμό χρηστών στον ΕΟΧ»²¹. Είναι σημαντικό να προσδιοριστεί το είδος των πλατφορμών που εμπίπτουν στο αντικείμενο της παρούσας γνώμης.
23. Το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι ο όρος «επιγραμμικές πλατφόρμες» δεν ορίζεται στον ΓΚΠΔ. Πρέπει, επομένως, να προσδιοριστεί η έννοια του συγκεκριμένου όρου. Για τους σκοπούς της παρούσας γνώμης, η έννοια των «επιγραμμικών πλατφορμών» μπορεί να καλύπτει, ενδεικτικώς, «επιγραμμικές πλατφόρμες» όπως ορίζονται στο άρθρο 3 στοιχείο θ) της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες²².
24. Στη συνέχεια, το ΕΣΠΔ επισημαίνει ορισμένα στοιχεία τα οποία πρέπει να αξιολογούνται, κατά περίπτωση, προκειμένου να εξακριβωθεί αν ο υπεύθυνος επεξεργασίας πρέπει να θεωρηθεί «μεγάλη επιγραμμική πλατφόρμα» για τους σκοπούς της παρούσας γνώμης. Δεδομένου ότι ορισμένα στοιχεία μπορεί να έχουν μεγαλύτερη σημασία για ορισμένους υπευθύνους επεξεργασίας σε σχέση με άλλους, ο κατάλογος στοιχείων που ακολουθεί δεν έχει εξαντλητικό χαρακτήρα ούτε περιλαμβάνει σωρευτικές απαιτήσεις: αντιθέτως, στόχος του καταλόγου στοιχείων είναι η επισήμανση στοιχείων που μπορεί να οδηγήσουν στον χαρακτηρισμό υπευθύνου επεξεργασίας ως «μεγάλης επιγραμμικής πλατφόρμας» για τους σκοπούς της παρούσας γνώμης.
25. Καταρχάς, οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες είναι πλατφόρμες οι οποίες προσελκύουν μεγάλο αριθμό υποκειμένων των δεδομένων ως χρήστες.
26. Η θέση της εταιρείας στην αγορά είναι ένα άλλο στοιχείο το οποίο μπορεί να έχει σημασία για να αξιολογηθεί αν ο υπεύθυνος επεξεργασίας μπορεί να θεωρηθεί ως «μεγάλη επιγραμμική πλατφόρμα».
27. Ένα ακόμη στοιχείο το οποίο πρέπει να ληφθεί υπόψη για να αξιολογηθεί αν ο υπεύθυνος επεξεργασίας μπορεί να χαρακτηριστεί ως «μεγάλη επιγραμμική πλατφόρμα» είναι το αν πραγματοποιεί επεξεργασία «μεγάλης κλίμακας». Το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι ο ΓΚΠΔ δεν παρέχει ορισμό της επεξεργασίας μεγάλης κλίμακας, μολονότι η αιτιολογική σκέψη 91 του ΓΚΠΔ παρέχει κάποια καθοδήγηση. Ωστόσο, η ομάδα εργασίας του άρθρου 29 έχει παράσχει καθοδήγηση (που εγκρίθηκε από το ΕΣΠΔ) σχετικά με την έννοια της επεξεργασίας «μεγάλης κλίμακας» στο πλαίσιο του άρθρου 37 παράγραφος 1 στοιχεία β) και γ) του ΓΚΠΔ και, ειδικότερα, όσον αφορά τους παράγοντες που θα πρέπει να εξετάζονται όταν εξακριβώνεται αν η επεξεργασία πραγματοποιείται σε μεγάλη κλίμακα. Οι παράγοντες αυτοί έχουν επίσης σημασία για τους σκοπούς της παρούσας γνώμης.

²¹ Αίτημα έκδοσης γνώμης, ενότητα I («Εισαγωγή»), σ. 3.

²² Κατά το άρθρο 3 στοιχείο θ) της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες, ως «επιγραμμική πλατφόρμα» νοείται «υπηρεσία φιλοξενίας η οποία, κατόπιν αιτήματος αποδέκτη της υπηρεσίας, αποθηκεύει και διαδίδει στο κοινό πληροφορίες, εκτός εάν η δραστηριότητα αυτή αποτελεί ήσσονος σημασίας και αμιγώς δευτερεύον στοιχείο άλλης υπηρεσίας ή ήσσονος σημασίας λειτουργία της κύριας υπηρεσίας και, για αντικειμενικούς και τεχνικούς λόγους, δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί χωρίς αυτή την άλλη υπηρεσία, και η ενσωμάτωση του στοιχείου ή της λειτουργίας στην άλλη υπηρεσία δεν αποτελεί μέσο για την παράκαμψη της εφαρμογής του παρόντος κανονισμού».

Περιλαμβάνουν, για παράδειγμα, τον αριθμό των εμπλεκόμενων υποκειμένων των δεδομένων, τον όγκο των δεδομένων και τη γεωγραφική έκταση της δραστηριότητας επεξεργασίας²³.

28. Ο ορισμός μπορεί να καλύπτει, μεταξύ άλλων, ορισμένους υπευθύνους επεξεργασίας «πολύ μεγάλων επιγραμμικών πλατφορμών», όπως ορίζονται στην πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες²⁴, και «πυλωρούς», όπως ορίζονται στην πράξη για τις ψηφιακές αγορές²⁵.

2.2 Αντικείμενο της γνώμης

29. Το ΕΣΠΔ συμφωνεί με τις αιτούσες εποπτικές αρχές ότι, από την άποψη της προστασίας των δεδομένων, τα μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής» εγείρουν θεμελιώδη ζητήματα, ειδικότερα σε σχέση με την ερμηνεία και την εφαρμογή της έννοιας της συγκατάθεσης, η οποία αναφέρεται στο άρθρο 8 του Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης (στο εξής: Χάρτης) και στα άρθρα 4, 5, 6 και 7 του ΓΚΠΔ.
30. Μολονότι υπενθυμίζεται ότι η έννοια της συγκατάθεσης στον ΓΚΠΔ αφορά κάθε υπεύθυνο επεξεργασίας που επιδιώκει να επικαλεστεί τη συγκεκριμένη νομική βάση, η παρούσα γνώμη επικεντρώνεται στα συγκεκριμένα ζητήματα που ανακύπτουν σε σχέση με το κύρος της συγκατάθεσης που επιδιώκουν μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες που χρησιμοποιούν μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής», όπως προσδιορίζονται στο αίτημα έκδοσης γνώμης. Οι εν λόγω

²³ Βλ., συναφώς, ομάδα εργασίας του άρθρου 29, κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τους υπεύθυνους προστασίας δεδομένων, WP 243 rev.01, όπως αναθεωρήθηκε τελευταία και εγκρίθηκε στις 5 Απριλίου 2017, εγκρίθηκε από το ΕΣΠΔ στις 25 Μαΐου 2018, σ. 10-11, και ομάδα εργασίας του άρθρου 29, κατευθυντήριες γραμμές για την εκτίμηση του αντικτύπου σχετικά με την προστασία δεδομένων (ΕΑΠΔ) και καθορισμός του κατά πόσον η επεξεργασία «ενδέχεται να επιφέρει υψηλό κίνδυνο» για τους σκοπούς του κανονισμού 2016/679, WP 248 rev.01, όπως τελικώς αναθεωρήθηκαν και εκδόθηκαν στις 4 Οκτωβρίου 2017, εγκρίθηκε από το ΕΣΠΔ στις 25 Μαΐου 2018, σ. 12.

²⁴ Κατά το άρθρο 33 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2022/2065 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 19ης Οκτωβρίου 2022, σχετικά με την ενιαία αγορά ψηφιακών υπηρεσιών και την τροποποίηση της οδηγίας 2000/31/ΕΚ (στο εξής: πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες), οι πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες είναι επιγραμμικές πλατφόρμες «οι οποίες συγκεντρώνουν έναν αριθμό μέσων μηνιαίων ενεργών αποδεκτών της υπηρεσίας στην Ένωση ίσο ή υψηλότερο από 45 εκατομμύρια και οι οποίες χαρακτηρίζονται ως πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες» από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή βάσει του άρθρου 33 παράγραφος 4 της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες. Κατά το άρθρο 3 στοιχείο θ) της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες, η επιγραμμική πλατφόρμα είναι υπηρεσία φιλοξενίας η οποία, κατόπιν αιτήματος αποδέκτη της υπηρεσίας, αποθηκεύει και διαδίδει στο κοινό πληροφορίες.

²⁵ Κατά το άρθρο 3 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2022/1925 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 14ης Σεπτεμβρίου 2022, σχετικά με διεκδικήσιμες και δίκαιες αγορές στον ψηφιακό τομέα και για την τροποποίηση των οδηγιών (ΕΕ) 2019/1937 και (ΕΕ) 2020/1828 (Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές) (στο εξής: πράξη για τις ψηφιακές αγορές), οι πυλωροί είναι εταιρείες οι οποίες πληρούν σωρευτικά τις τρεις ακόλουθες απαιτήσεις: i) έχουν σημαντικό αντίκτυπο στην εσωτερική αγορά· ii) παρέχουν βασική υπηρεσία πλατφόρμας η οποία αποτελεί σημαντική πύλη για να συνδέονται οι επαγγελματίες χρήστες με τελικούς χρήστες· και iii) κατέχουν παγιωμένη και σταθερή θέση στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων τους ή αναμένεται ότι θα κατέχουν τέτοια θέση στο εγγύς μέλλον. Δυνάμει του άρθρου 2 σημείο 2, οι βασικές υπηρεσίες πλατφόρμας περιλαμβάνουν τα ακόλουθα: α) επιγραμμικές υπηρεσίες διαμεσολάβησης· β) επιγραμμικές μηχανές αναζήτησης· γ) επιγραμμικές υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης· δ) υπηρεσίες πλατφόρμας διαμοιρασμού βίντεο· ε) υπηρεσίες διαπροσωπικών επικοινωνιών ανεξαρτήτως αριθμών· στ) λειτουργικά συστήματα· ζ) φυλλομετρητές· η) εικονικούς βοηθούς· θ) υπηρεσίες νεφοϋπολογιστικής· ι) επιγραμμικές υπηρεσίες διαφήμισης, συμπεριλαμβανομένων οποιωνδήποτε δικτύων διαφημίσεων, πλατφορμών αγοραπωλησίας διαφημίσεων και οποιωνδήποτε άλλων υπηρεσιών διαμεσολάβησης για διαφημίσεις, οι οποίες παρέχονται από επιχείρηση που παρέχει οποιαδήποτε από τις βασικές υπηρεσίες πλατφόρμας που απαριθμούνται στα στοιχεία α) έως θ).

πλατφόρμες μπορεί να βρίσκονται σε μοναδική θέση σε σχέση με ορισμένα από τα κριτήρια της έγκυρης συγκατάθεσης, π.χ. σε σχέση με την ύπαρξη ανισορροπίας ισχύος. Η χρήση του όρου «υπεύθυνος/-οι επεξεργασίας» στην παρούσα γνώμη θα πρέπει να θεωρείται ότι καλύπτει τις μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες όπως ορίστηκαν στην ενότητα 2.1.3 ανωτέρω.

31. Λαμβανομένων υπόψη των ανωτέρω, η παρούσα γνώμη αφορά αποκλειστικά και μόνο την αξιολόγηση του κύρους της συγκατάθεσης, όταν η συγκατάθεση χρησιμοποιείται ως νομική βάση για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης στο πλαίσιο μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής» που εφαρμόζουν μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες. Οι παράγοντες που αναδεικνύονται με την παρούσα γνώμη θα εφαρμόζονται συνήθως σε μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες, πλην όμως όχι αποκλειστικά σε αυτές. Ορισμένες από τις παρατηρήσεις που διατυπώνονται με την παρούσα γνώμη μπορεί να είναι χρήσιμες γενικότερα για την εφαρμογή της έννοιας της συγκατάθεσης στο πλαίσιο μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής».
32. Το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι, σύμφωνα με το άρθρο 51 παράγραφος 1 του ΓΚΠΔ, οι εποπτικές αρχές «επιφορτίζονται με την παρακολούθηση της εφαρμογής του [ΓΚΠΔ], με σκοπό την προστασία των θεμελιωδών δικαιωμάτων και ελευθεριών των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας που τα αφορούν και τη διευκόλυνση της ελεύθερης κυκλοφορίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στην Ένωση»²⁶. Επιπλέον, κατά το άρθρο 51 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ, «[κ]άθε εποπτική αρχή συμβάλλει στη συνεκτική εφαρμογή του [ΓΚΠΔ] σε ολόκληρη την Ένωση». Ως εκ τούτου, οι εποπτικές αρχές είναι αρμόδιες να αξιολογούν το κύρος της συγκατάθεσης που χρησιμοποιείται ως νομική βάση για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, μεταξύ άλλων όταν η εν λόγω συγκατάθεση λαμβάνεται στο πλαίσιο μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής» στα οποία τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα υποβάλλονται σε επεξεργασία για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης.
33. Σύμφωνα με τα ανωτέρω, η παρούσα γνώμη παρέχει, στους υπευθύνους επεξεργασίας και στις εποπτικές αρχές, ένα πλαίσιο για την αξιολόγηση του κύρους της συγκατάθεσης σε μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής» μέσω της διαδοχικής εξέτασης καθεμίας από τις απαιτήσεις που συγκροτούν τη συγκατάθεση στο πλαίσιο του ΓΚΠΔ. Επισημαίνεται ότι παραμένει αναγκαία η κατά περίπτωση αξιολόγηση των κριτηρίων.

3 ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

3.1 Σχετικές διατάξεις του ΓΚΠΔ

34. Για τους σκοπούς της παρούσας γνώμης, το ΕΣΠΔ εκτιμά ότι καθοριστικής σημασίας είναι κατά κύριο λόγο τα άρθρα 4, 5, 6 και 7 καθώς και οι αιτιολογικές σκέψεις 32, 42 και 43 του ΓΚΠΔ.
35. Το άρθρο 4 σημείο 11 του ΓΚΠΔ ορίζει τη συγκατάθεση ως «κάθε ένδειξη βουλήσεως, ελεύθερη, συγκεκριμένη, εν πλήρει επιγνώσει και αδιαμφισβήτητη, με την οποία το υποκείμενο των δεδομένων εκδηλώνει ότι συμφωνεί, με δήλωση ή με σαφή θετική ενέργεια, να αποτελέσουν αντικείμενο επεξεργασίας τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που το αφορούν». Η παροχή συγκατάθεσης από το υποκείμενο των δεδομένων είναι ένας από τους νόμιμους λόγους για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που προσδιορίζονται στο άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο α) του ΓΚΠΔ²⁷.

²⁶ Βλ. επίσης άρθρο 57 παράγραφος 1 του ΓΚΠΔ στο οποίο απαριθμούνται τα καθήκοντα των εποπτικών αρχών.

²⁷ Ειδικότερα, το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο α) του ΓΚΠΔ ορίζει ότι «[η] επεξεργασία είναι σύννομη μόνο εάν και εφόσον ισχύει τουλάχιστον μία από τις ακόλουθες προϋποθέσεις: α) το υποκείμενο των δεδομένων έχει

36. Επιπλέον, είναι επίσης σημαντικό να υπομνησθούν οι υποχρεώσεις των υπευθύνων επεξεργασίας να επεξεργάζονται δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα σύμφωνα με όλες τις εφαρμοστέες διατάξεις του ΓΚΠΔ και ειδικότερα σύμφωνα με τις αρχές προστασίας των δεδομένων που καθορίζονται στο άρθρο 5 του ΓΚΠΔ²⁸ και με την αρχή της προστασίας των δεδομένων ήδη από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού που προβλέπεται στο άρθρο 25 του ΓΚΠΔ²⁹.
37. Το άρθρο 7 και οι αιτιολογικές σκέψεις 32, 42 και 43 του ΓΚΠΔ προβλέπουν περαιτέρω απαιτήσεις και παρέχουν καθοδήγηση σχετικά με τον τρόπο συμμόρφωσης των υπευθύνων επεξεργασίας με τα κύρια στοιχεία των απαιτήσεων της συγκατάθεσης.
38. Ειδικότερα, το άρθρο 7 του ΓΚΠΔ καθορίζει τις προϋποθέσεις της έγκυρης συγκατάθεσης και προβλέπει, πρώτον, ότι, «[ό]ταν η επεξεργασία βασίζεται σε συγκατάθεση, ο υπεύθυνος επεξεργασίας είναι σε θέση να αποδείξει ότι το υποκείμενο των δεδομένων συγκατατέθηκε για την επεξεργασία των δεδομένων του προσωπικού χαρακτήρα». Τούτο συνδέεται επίσης με την αρχή της λογοδοσίας που προβλέπεται στο άρθρο 5 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ.
39. Το άρθρο 7 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ ορίζει ότι «[ε]άν η συγκατάθεση του υποκειμένου των δεδομένων παρέχεται στο πλαίσιο γραπτής δήλωσης η οποία αφορά και άλλα θέματα, το αίτημα για συγκατάθεση υποβάλλεται κατά τρόπο ώστε να είναι σαφώς διακριτό από τα άλλα θέματα, σε κατανοητή και εύκολα προσβάσιμη μορφή, χρησιμοποιώντας σαφή και απλή διατύπωση» και ότι «[κ]άθε τμήμα της δήλωσης αυτής το οποίο συνιστά παράβαση του [ΓΚΠΔ] δεν είναι δεσμευτικό».
40. Στο άρθρο 7 παράγραφος 3 του ΓΚΠΔ υπογραμμίζεται το δικαίωμα του υποκειμένου των δεδομένων να ανακαλέσει τη συγκατάθεσή του ανά πάσα στιγμή. Συναφώς, η «ανάκληση της συγκατάθεσης δεν θίγει τη νομιμότητα της επεξεργασίας που βασίστηκε στη συγκατάθεση προ της ανάκλησής της». Το υποκείμενο των δεδομένων ενημερώνεται σχετικά πριν από την παροχή της συγκατάθεσης. Ο ΓΚΠΔ προβλέπει επίσης ότι «[η] ανάκληση της συγκατάθεσης είναι εξίσου εύκολη με την παροχή της».
41. Το άρθρο 7 παράγραφος 4 του ΓΚΠΔ ορίζει ότι, «[κ]ατά την εκτίμηση κατά πόσο η συγκατάθεση δίνεται ελεύθερα, λαμβάνεται ιδιαιτέρως υπόψη κατά πόσο, μεταξύ άλλων, για την εκτέλεση σύμβασης, συμπεριλαμβανομένης της παροχής μιας υπηρεσίας, τίθεται ως προϋπόθεση η συγκατάθεση στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που δεν είναι αναγκαία για την εκτέλεση της εν λόγω σύμβασης».

3.2 Άλλες νομικές πράξεις

παράσχει συγκατάθεση για την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα του για έναν ή περισσότερους συγκεκριμένους σκοπούς».

²⁸ Βλ. επίσης κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη στόχευση, σημείο 58: «Το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι η εξασφάλιση συγκατάθεσης δεν αναιρεί ούτε μειώνει με οποιονδήποτε τρόπο τις υποχρεώσεις του υπευθύνου επεξεργασίας να τηρεί τις αρχές που διέπουν την επεξεργασία οι οποίες κατοχυρώνονται στον ΓΚΠΔ, ιδίως στο άρθρο 5 αυτού όσον αφορά την αντικειμενικότητα, την αναγκαιότητα και την αναλογικότητα, καθώς και την ποιότητα των δεδομένων. Ακόμη και αν η επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα βασίζεται σε συγκατάθεση του υποκειμένου των δεδομένων, αυτό δεν νομιμοποιεί τη στόχευση η οποία έχει δυσανάλογο ή αθέμιτο χαρακτήρα». Βλ. επίσης κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 5.

²⁹ Βλ. επίσης κατευθυντήριες γραμμές 4/2019 του ΕΣΠΔ σύμφωνα με το άρθρο 25 «Προστασία των δεδομένων ήδη από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού», έκδοση 2.0, εκδόθηκαν στις 20 Οκτωβρίου 2020 (στο εξής: κατευθυντήριες γραμμές για την προστασία των δεδομένων ήδη από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού).

42. Το ΕΣΠΔ γνωρίζει ότι ορισμένες πτυχές των μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής» μπορεί να εμπίπτουν επίσης στο πεδίο εφαρμογής άλλων νομικών πράξεων της ΕΕ, οι οποίες είναι χρήσιμο να υπομνησθούν, μολονότι θεωρείται ότι δεν αφορούν το αντικείμενο της παρούσας γνώμης.
43. Το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι η έννοια της «συγκατάθεσης» κατά τον ΓΚΠΔ έχει επίσης σημασία για τον σκοπό της εφαρμογής της οδηγίας για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες³⁰ και της εθνικής εκτελεστικής νομοθεσίας³¹. Το άρθρο 2 στοιχείο στ) της οδηγίας για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες προβλέπει περαιτέρω ότι η συγκατάθεση του χρήστη ή του συνδρομητή αντιστοιχεί στη συγκατάθεση του υποκειμένου των δεδομένων στο πλαίσιο του ΓΚΠΔ. Κατά συνέπεια, μολονότι η παρούσα γνώμη επικεντρώνεται στην ερμηνεία της συγκατάθεσης ως νομικής βάσης για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα δυνάμει του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο α) του ΓΚΠΔ, οι παρατηρήσεις της σχετικά με την έννοια της συγκατάθεσης έχουν επίσης σημασία για την οδηγία για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες ως *lex specialis*³².
44. Το ΕΣΠΔ επισημαίνει ότι ορισμένες πτυχές του ζητήματος που τέθηκε με το αίτημα έκδοσης γνώσης έχουν επίσης σημασία για το δίκαιο προστασίας των καταναλωτών και το δίκαιο ανταγωνισμού και μπορούν να εξεταστούν επίσης στο πλαίσιο νομικών πράξεων όπως, μεταξύ άλλων, η οδηγία 2005/29/ΕΚ για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές³³. Μολονότι η παρούσα γνώμη δεν αφορά τους ανωτέρω άλλους τομείς του δικαίου ή τις ανωτέρω νομικές πράξεις, μπορεί να περιέχει παραπομπές στις έννοιες ή στους κανόνες τους για την διατύπωση σχετικών κριτηρίων ανάλυσης και την προώθηση συνεπούς εφαρμογής του δικαίου της Ένωσης.
45. Το ΕΣΠΔ γνωρίζει ότι η οδηγία 2019/770 σχετικά με ορισμένες πτυχές που αφορούν τις συμβάσεις για την προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου και ψηφιακών υπηρεσιών (στο εξής: οδηγία για το ψηφιακό περιεχόμενο)³⁴ μπορεί επίσης να έχει σημασία.

³⁰ Οδηγία 2002/58/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 12ης Ιουλίου 2002, σχετικά με την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών (οδηγία για την προστασία ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες), όπως τροποποιήθηκε με την οδηγία 2006/24/ΕΚ και την οδηγία 2009/136/ΕΚ.

³¹ Βλ. αιτιολογική σκέψη 173 του ΓΚΠΔ όπου αποσαφηνίζεται η σχέση *lex specialis* προς *lex generalis* μεταξύ της οδηγίας 2002/58/ΕΚ και του ΓΚΠΔ.

³² Π.χ. άρθρο 5 παράγραφος 3 της οδηγίας για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες, το οποίο, πλην εξαιρέσεων, απαιτεί συγκατάθεση για την πρόσβαση σε πληροφορίες ή την αποθήκευση πληροφοριών σε τερματικό εξοπλισμό. Βλ. γνώμη 5/2019 του ΕΣΠΔ σχετικά με την αλληλεπίδραση μεταξύ της οδηγίας για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και του ΓΚΠΔ, ιδίως όσον αφορά την αρμοδιότητα, τα καθήκοντα και τις εξουσίες των αρχών προστασίας δεδομένων, εκδόθηκε στις 12 Μαρτίου 2019, σημείο 40.

³³ Οδηγία 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Μαΐου 2005, για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά και για την τροποποίηση της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου, των οδηγιών 97/7/ΕΚ, 98/27/ΕΚ, 2002/65/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2006/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου («Οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές»). Άλλες νομικές πράξεις οι οποίες έχουν σημασία από την άποψη της νομοθεσίας για την προστασία των κανονικών είναι, για παράδειγμα, η οδηγία 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Οκτωβρίου 2011, σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών, και η οδηγία του Συμβουλίου 93/13/ΕΟΚ, της 5ης Απριλίου 1993, σχετικά με τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται με καταναλωτές.

³⁴ Οδηγία (ΕΕ) 2019/770 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Μαΐου 2019, σχετικά με ορισμένες πτυχές που αφορούν τις συμβάσεις για την προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου και ψηφιακών υπηρεσιών (στο εξής: οδηγία για το ψηφιακό περιεχόμενο).

46. Το ΕΣΠΔ επισημαίνει περαιτέρω ότι ορισμένες διατάξεις της πράξης για τις ψηφιακές αγορές³⁵, όπως το άρθρο 5 παράγραφος 2, προβλέπουν συγκεκριμένους κανόνες για τους καλούμενους «πυλωρούς» που επεξεργάζονται δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα³⁶ και ότι το άρθρο 5 παράγραφος 2 της πράξης για τις ψηφιακές αγορές παραπέμπει στην έννοια της συγκατάθεσης στο πλαίσιο του ΓΚΠΔ.
47. Επιπλέον, το ΕΣΠΔ επισημαίνει ότι η πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες καθορίζει συγκεκριμένες υποχρεώσεις για τους παρόχους επιγραμμικών πλατφορμών καθώς και για τους παρόχους πολύ μεγάλων επιγραμμικών πλατφορμών³⁷. Η παρούσα γνώμη παραπέμπει στις σχετικές διατάξεις της πράξης για τις ψηφιακές αγορές και της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες στο μέτρο που είναι αναγκαίο για την προώθηση συνεπούς εφαρμογής του δικαίου της Ένωσης³⁸.
48. Δεδομένου ότι το δίκαιο ανταγωνισμού και η νομοθεσία για την προστασία των καταναλωτών έχουν σημασία σε σχέση με ορισμένες πτυχές των μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής», το ΕΣΠΔ ζήτησε, από εθνικούς και ενωσιακούς ρυθμιστικούς φορείς στους συγκεκριμένους τομείς του δικαίου, πληροφορίες σχετικά με το θέμα των μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής».

3.3 Σύνοψη της απόφασης του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt

49. Με την απόφαση που εξέδωσε στις 4 Ιουλίου 2023, το ΔΕΕ εξέτασε ορισμένα ερωτήματα τα οποία υποβλήθηκαν στο πλαίσιο αίτησης προδικαστικής απόφασης. Με το πρώτο προδικαστικό ερώτημα το Δικαστήριο κλήθηκε να διευκρινίσει αν, κατά τη διερεύνηση δυνητικής κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης στο πλαίσιο του δικαίου ανταγωνισμού, η αρχή ανταγωνισμού μπορούσε να εξετάσει αν η συμπεριφορά της οικείας επιχείρησης δεν ήταν σύμφωνη με τον ΓΚΠΔ³⁹. Με την απάντησή του το Δικαστήριο υπογράμμισε την υποχρέωση καλόπιστης συνεργασίας μεταξύ αρχών ανταγωνισμού και εποπτικών αρχών προστασίας των δεδομένων⁴⁰. Άλλα προδικαστικά ερωτήματα αφορούσαν την ερμηνεία του άρθρου 9 του ΓΚΠΔ⁴¹ και του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχεία β), δ), ε) και στ) του ΓΚΠΔ⁴².
50. Τέλος, όπως υπενθύμισαν οι αιτούσες εποπτικές αρχές, με την απόφαση στην υπόθεση Bundeskartellamt το ΔΕΕ εξέτασε το προδικαστικό ερώτημα αν «συγκατάθεση που δίνεται από τον χρήστη ηλεκτρονικού μέσου κοινωνικής δικτύωσης στην επιχείρηση εκμετάλλευσης του δικτύου

³⁵ Κανονισμός (ΕΕ) 2022/1925 (Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές).

³⁶ Επ' αυτού, σημασία έχουν επίσης οι αιτιολογικές σκέψεις 36 και 37 της πράξης για τις ψηφιακές αγορές.

³⁷ Ειδικότερα, το άρθρο 33 παράγραφος 1 της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες προβλέπει ότι «[τ]ο παρόν τμήμα [5 της εν λόγω πράξης] εφαρμόζεται σε επιγραμμικές πλατφόρμες [...] οι οποίες συγκεντρώνουν έναν αριθμό μέσων μηνιαίων ενεργών αποδεκτών της υπηρεσίας στην Ένωση ίσο ή υψηλότερο από 45 εκατομμύρια και οι οποίες χαρακτηρίζονται ως πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες [...] σύμφωνα με την παράγραφο 4».

³⁸ Κατά πάγια νομολογία του ΔΕΕ, όταν δύο νομικές πράξεις της Ένωσης με την ίδια τυπική ισχύ δεν προβλέπουν ρητώς την υπεροχή της μίας επί της άλλης, καθεμία θα πρέπει να εφαρμόζεται κατά τρόπο συμβατό με την εφαρμογή της άλλης και, επομένως, να καθίσταται δυνατή η εφαρμογή αμφότερων κατά τρόπο συνεκτικό. Βλ., π.χ., απόφαση του Γενικού Δικαστηρίου, της 3ης Μαΐου 2018, Μάλτα κατά Επιτροπής, T-653/16, ECLI:EU:T:2018:241, σκέψη 137.

³⁹ Απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt, σκέψεις 36-63.

⁴⁰ Απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt, σκέψη 53.

⁴¹ Ένα προδικαστικό ερώτημα το οποίο αφορά την ερμηνεία του άρθρου 9 παράγραφος 1 του ΓΚΠΔ εξετάζεται στις σκέψεις 64-85 της απόφασης του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt.

⁴² Ειδικότερα, σκέψεις 86-139 της απόφασης του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt. Οι σκέψεις 86 και 97-126 της απόφασης του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt αφορούν το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο β) και το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο στ) του ΓΚΠΔ. Οι σκέψεις 127-139 της απόφασης του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt αφορούν το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο δ) και το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο ε) του ΓΚΠΔ.

αυτού μπορεί να θεωρηθεί ότι πληροί τις προϋποθέσεις εγκυρότητας οι οποίες προβλέπονται στο άρθρο 4, σημείο 11, του [ΓΚΠΔ], και δη την προϋπόθεση ότι η συγκατάθεση πρέπει να παρέχεται ελεύθερα, σε περίπτωση που η συγκεκριμένη επιχείρηση κατέχει δεσπόμενη θέση στην αγορά τέτοιων κοινωνικών δικτύων»⁴³.

51. Καταρχάς, το ΔΕΕ υπενθύμισε τον ορισμό της συγκατάθεσης στο άρθρο 4 σημείο 11 του ΓΚΠΔ καθώς και το άρθρο 7 παράγραφος 4 και τις αιτιολογικές σκέψεις 42 και 43 του ΓΚΠΔ⁴⁴. Όπως επισημαίνεται στο αίτημα έκδοσης γνώμης, το ΔΕΕ έκρινε ότι το γεγονός ότι η επιχείρηση εκμετάλλευσης ηλεκτρονικού μέσου κοινωνικής δικτύωσης κατέχει δεσπόμενη θέση στην αγορά «δεν αποκλείει, αυτό καθ' εαυτό, την ύπαρξη δυνατότητας των χρηστών του εν λόγω δικτύου να συγκατατεθούν εγκύρως, κατά την έννοια του άρθρου 4, σημείο 11, του [ΓΚΠΔ], στην επεξεργασία των δεδομένων τους προσωπικού χαρακτήρα την οποία πραγματοποιεί η προαναφερθείσα επιχείρηση»⁴⁵.
52. Ωστόσο, το ΔΕΕ διευκρίνισε ότι η δεσπόμενη θέση συνιστά «σημαντικό στοιχείο για την κρίση του ζητήματος εάν η συγκατάθεση δόθηκε στην πράξη εγκύρως και, κυρίως, ελεύθερα, η δε επιχείρηση φέρει συναφώς το βάρος απόδειξης»⁴⁶. Τούτο συμβαίνει διότι το συγκεκριμένο στοιχείο «μπορεί να επηρεάσει την ελευθερία επιλογής του χρήστη, ο οποίος ενδέχεται να μην είναι σε θέση να αρνηθεί ή να αποσύρει τη συγκατάθεσή του χωρίς να ζημιωθεί»⁴⁷ και «είναι πιθανόν να δημιουργεί σαφή ανισότητα [...] μεταξύ του υποκειμένου των δεδομένων και του υπευθύνου επεξεργασίας»⁴⁸.
53. Επιπλέον, μολονότι το στοιχείο αυτό δεν κατέχει κεντρική θέση στην απόφασή του, το ΔΕΕ επισήμανε ότι, όταν φαίνεται ότι ορισμένες πράξεις επεξεργασίας δεδομένων δεν είναι αναγκαίες για την εκτέλεση της σύμβασης⁴⁹, «οι χρήστες [...] πρέπει να διαθέτουν την ελευθερία να αρνηθούν ατομικώς, στο πλαίσιο της όλης διαδικασίας σύναψης της σύμβασης, να δώσουν τη συγκατάθεσή τους [για τις εν λόγω πράξεις], χωρίς ωστόσο να είναι αναγκασμένοι να παραιτηθούν πλήρως από τη χρήση της υπηρεσίας την οποία παρέχει η επιχείρηση εκμετάλλευσης του κοινωνικού δικτύου, όπερ σημαίνει ότι τους αντιπροτείνεται, εν ανάγκη έναντι κατάλληλης αμοιβής, μια αντίστοιχη εναλλακτική που δεν θα συνεπάγεται τη διενέργεια τέτοιων πράξεων επεξεργασίας»⁵⁰.
54. Το ΔΕΕ υπογράμμισε επίσης ότι «η συγκατάθεση τεκμαίρεται ότι δεν έχει παρασχεθεί ελεύθερα, εάν δεν επιτρέπεται να δοθεί χωριστή συγκατάθεση σε διαφορετικές πράξεις επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, ακόμη και αν τούτο ενδείκνυται στη συγκεκριμένη περίπτωση» παραπέμποντας στην αιτιολογική σκέψη 43 του ΓΚΠΔ. Επιπλέον, το ΔΕΕ προσδιόρισε ως ιδιαιτέρως σημαντικούς παράγοντες στη συγκεκριμένη υπόθεση την «έκταση της επεξεργασίας των δεδομένων» και τον «σημαντικό αντίκτυπο της στους χρήστες του συγκεκριμένου κοινωνικού δικτύου» καθώς και

⁴³ Αίτημα έκδοσης γνώμης, ενότητα II («Ιστορικό και αιτιολογία υποβολής του παρόντος αιτήματος»), Β. Η σχέση μεταξύ συγκατάθεσης και «μοντέλων συγκατάθεσης ή πληρωμής», σ. 3, όπου γίνεται παραπομπή στην απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt, σκέψη 140.

⁴⁴ Απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt, σκέψεις 142-145.

⁴⁵ Βλ. απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt, σκέψη 154.

⁴⁶ Βλ. απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt, σκέψη 154.

⁴⁷ Απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt, σκέψη 148 με παραπομπή στην αιτιολογική σκέψη 42 του ΓΚΠΔ.

⁴⁸ Απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt, σκέψη 149 με παραπομπή στην αιτιολογική σκέψη 43 και στο άρθρο 7 παράγραφος 4 του ΓΚΠΔ.

⁴⁹ Συναφώς, στη σκέψη 149, το ΔΕΕ παραπέμπει επίσης στις σκέψεις 102-104 της ίδιας απόφασης.

⁵⁰ Αίτημα έκδοσης γνώμης, ενότητα II («Ιστορικό και αιτιολογία υποβολής του παρόντος αιτήματος»), Β. Η σχέση μεταξύ συγκατάθεσης και «μοντέλων συγκατάθεσης ή πληρωμής», σ. 3, όπου γίνεται παραπομπή στην απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt, σκέψη 140.

τις εύλογες προσδοκίες των χρηστών. Κατόπιν τούτου, το ΔΕΕ απάντησε στο αιτούν δικαστήριο ότι θα πρέπει να ελέγξει αν οι χρήστες είχαν τη δυνατότητα να συγκατατεθούν χωριστά για την επεξεργασία δεδομένων που αφορούν τη συμπεριφορά τους εντός κοινωνικού δικτύου και δεδομένων που συλλέγονται εκτός πλατφόρμας⁵¹.

3.4 Υφιστάμενη καθοδήγηση του ΕΣΠΔ

55. Το ΕΣΠΔ έχει εκδώσει διάφορες κατευθυντήριες γραμμές οι οποίες έχουν σημασία για την παρούσα γνώμη⁵². Συναφώς, ιδιαίτερη σημασία έχουν οι κατευθυντήριες γραμμές 5/2020 του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση⁵³. Αφορούν τις προϋποθέσεις της ελεύθερης συγκατάθεσης των υποκειμένων των δεδομένων, σε συνδυασμό με άλλα στοιχεία της έγκυρης συγκατάθεσης. Ωστόσο, το ζήτημα που υπέβαλαν στο ΕΣΠΔ οι αιτούσες εποπτικές αρχές δεν εξετάζεται πλήρως στις κατευθυντήριες γραμμές 5/2020, στις οποίες δεν εξηγείται ο τρόπος με τον οποίο η γενική καθοδήγηση του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση θα πρέπει να εφαρμοστεί στο πλαίσιο μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής» που εφαρμόζουν μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες οι οποίες προσελκύουν μεγάλο αριθμό χρηστών στον ΕΟΧ και επεξεργάζονται τα δεδομένα τους προσωπικού χαρακτήρα για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης βάσει συγκατάθεσης⁵⁴. Ως εκ τούτου, το ΕΣΠΔ πρέπει να απαντήσει στο ερώτημα που τέθηκε με το αίτημα έκδοσης γνώμη εκδίδοντας γνώμη δυνάμει του άρθρου 64 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ.
56. Καθώς στόχος της παρούσας γνώμης είναι η παροχή ενός πλαισίου ως προς το οποίο μπορούν να αξιολογηθούν μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής» που εφαρμόζουν οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες, το ΕΣΠΔ θα εξετάσει διαδοχικά καθεμία από τις σωρευτικές προϋποθέσεις που συγκροτούν τη συγκατάθεση δυνάμει του ΓΚΠΔ.

4 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΕΣΠΔ

4.1 Αρχές και γενικές παρατηρήσεις

57. Το άρθρο 5 του ΓΚΠΔ καθορίζει τις αρχές για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Συναφώς, το ΕΣΠΔ έχει ήδη αποσαφηνίσει ότι η εξασφάλιση συγκατάθεσης δεν απαλλάσσει τον υπεύθυνο επεξεργασίας από την τήρηση των αρχών που περιγράφονται στο άρθρο 5 του ΓΚΠΔ⁵⁵ (καθώς και την εκπλήρωση άλλων υποχρεώσεων που προβλέπονται από τον ΓΚΠΔ). **Ακόμη και αν η επεξεργασία βασίζεται σε συγκατάθεση, τούτο δεν δικαιολογεί τη συλλογή δεδομένων**

⁵¹ Απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt, σκέψη 151.

⁵² Πρόκειται, μεταξύ άλλων, για τις κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση και τις κατευθυντήριες γραμμές του ΓΚΠΔ σχετικά με τη στόχευση.

⁵³ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση.

⁵⁴ Με τις κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τη συγκατάθεση, το ΕΣΠΔ αποσαφηνίσε τη θέση του σχετικά με τα λεγόμενα «τείχη cookies», όταν τα υποκείμενα των δεδομένων μπορούν να επιλέξουν μεταξύ της συγκατάθεσης στην αποθήκευση πληροφοριών στον τερματικό εξοπλισμό τους και της μη απόκτησης πρόσβασης στην υπηρεσία. Πρόκειται για παράδειγμα περίπτωσης στην οποία δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι η συγκατάθεση που παρέχουν τα υποκείμενα των δεδομένων είναι «ελεύθερη».

⁵⁵ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 5 («Επιπλέον, η εξασφάλιση συγκατάθεσης δεν αναιρεί ούτε μειώνει με οποιονδήποτε τρόπο τις υποχρεώσεις του υπευθύνου επεξεργασίας να τηρεί τις αρχές που διέπουν την επεξεργασία οι οποίες κατοχυρώνονται στον ΓΚΠΔ»).

προσωπικού χαρακτήρα πέραν του αναγκαίου μέτρου για τον συγκεκριμένο σκοπό ή με τρόπο αθέμιτο για τα υποκείμενα των δεδομένων⁵⁶.

58. Η επεξεργασία θα πρέπει να τηρεί τις αρχές της **αναγκαιότητας και της αναλογικότητας⁵⁷**. Καθοριστικής σημασίας είναι η τήρηση των αρχών του **περιορισμού του σκοπού και της ελαχιστοποίησης των δεδομένων⁵⁸**. Δυνάμει της αρχής του περιορισμού του σκοπού, τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα πρέπει να συλλέγονται για καθορισμένους, σαφείς και νόμιμους σκοπούς⁵⁹. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας πρέπει να προσδιορίζουν σαφώς τους σκοπούς της επεξεργασίας, μεταξύ άλλων σε σχέση με επεξεργασία που πραγματοποιείται για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης⁶⁰. Επιπροσθέτως, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας πρέπει να διασφαλίζουν τη συμμόρφωση με την αρχή της ελαχιστοποίησης των δεδομένων⁶¹, κατά την οποία τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα πρέπει να είναι κατάλληλα, συναφή και να περιορίζονται στο αναγκαίο για τους σκοπούς για τους οποίους υποβάλλονται σε επεξεργασία και η οποία αποτελεί έκφραση της εν λόγω αρχής της αναλογικότητας⁶². Συναφώς, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει καταρχάς να εξακριβώνουν αν χρειάζεται καν να επεξεργαστούν δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα για τους σχετικούς σκοπούς που επιδιώκουν και **να ελέγχουν αν οι σχετικοί σκοποί μπορούν να επιτευχθούν με λιγότερο παρεμβατικό τρόπο ή μέσω της επεξεργασίας λιγότερων δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα** ή με τη λήψη λιγότερο λεπτομερών και συγκεντρωμένων δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα⁶³. Σχετική είναι συναφώς η ενότητα 4.2.1.1 κατωτέρω.
59. Το ΕΣΠΔ επισημαίνει ότι η συμπεριφορική διαφήμιση μπορεί να συνεπάγεται τη συλλογή και τη συγκέντρωση όσο το δυνατόν περισσότερων δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σχετικά με φυσικά πρόσωπα και τις δραστηριότητές τους, παρακολουθώντας δυναμικώς ολόκληρη τη ζωή τους στο διαδίκτυο και εκτός διαδικτύου⁶⁴. Το ΕΣΠΔ εκτιμά ότι η έκταση και ο βαθμός παρέμβασης της επεξεργασίας πρέπει να λαμβάνονται υπόψη όταν αξιολογείται η τήρηση της αρχής της ελαχιστοποίησης των δεδομένων. Επομένως, η υπέρμετρη παρακολούθηση, η οποία περιλαμβάνει τον συνδυασμό διαφόρων πηγών δεδομένων από διάφορους ιστοτόπους, είναι πιο δύσκολο να τηρεί την αρχή της ελαχιστοποίησης των δεδομένων από ό,τι, για παράδειγμα, ένα σύστημα

⁵⁶ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 5 («Ακόμη και αν η επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα βασίζεται σε συγκατάθεση του υποκειμένου των δεδομένων, το γεγονός αυτό δεν νομιμοποιεί τη συλλογή δεδομένων που δεν είναι αναγκαία σε σχέση με συγκεκριμένο σκοπό επεξεργασίας, και η επεξεργασία θα είναι θεμελιωδώς αθέμιτη»).

⁵⁷ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 5 («Επιπλέον, η εξασφάλιση συγκατάθεσης δεν αναιρεί ούτε μειώνει με οποιονδήποτε τρόπο τις υποχρεώσεις του υπευθύνου επεξεργασίας να τηρεί τις αρχές που διέπουν την επεξεργασία οι οποίες κατοχυρώνονται στον ΓΚΠΔ, ιδίως στο άρθρο 5 αυτού όσον αφορά την αντικειμενικότητα, την αναγκαιότητα και την αναλογικότητα, καθώς και την ποιότητα των δεδομένων»).

⁵⁸ Άρθρο 5 παράγραφος 1 στοιχεία β) και γ) του ΓΚΠΔ.

⁵⁹ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με την προστασία των δεδομένων ήδη από τον σχεδιασμό και εξορισμού, ενότητα 3.4.

⁶⁰ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με την προστασία των δεδομένων ήδη από τον σχεδιασμό και εξορισμού, σημείο 72 (όπου γίνεται αναφορά στα στοιχεία του «προκαθορισμού» και του «ρητού χαρακτήρα» των σκοπών στο πλαίσιο της αρχής του περιορισμού του σκοπού).

⁶¹ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με την προστασία των δεδομένων ήδη από τον σχεδιασμό και εξορισμού, ενότητες 3.4 και 3.5.

⁶² Απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση C-439/19, Latvijas Republikas Saeima, σκέψη 98.

⁶³ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με την προστασία των δεδομένων ήδη από τον σχεδιασμό και εξορισμού, σημεία 51 και 74.

⁶⁴ Βλ. ενότητα 2.1.2 ανωτέρω.

εξατομικευμένης διαφήμισης στο οποίο οι ίδιοι οι χρήστες καθορίζουν ενεργά και μετά λόγου γνώσεως τις προτιμήσεις τους.

60. Οι δραστηριότητες επεξεργασίας θα πρέπει να τηρούν πάντοτε την αρχή της **αντικειμενικότητας**⁶⁵. Βασικά στοιχεία της αρχής της αντικειμενικότητας είναι, μεταξύ άλλων, η ανάγκη επεξεργασίας να ανταποκρίνεται στις εύλογες προσδοκίες των υποκειμένων των δεδομένων, η απουσία αθέμιτων δυσμενών διακρίσεων από τον υπεύθυνο επεξεργασίας εις βάρος υποκειμένων των δεδομένων ή εκμετάλλευσης των αναγκών ή των αδυναμιών των υποκειμένων των δεδομένων από τον υπεύθυνο επεξεργασίας, η αποφυγή ή ο συνυπολογισμός των ανισορροπιών ισχύος και η αποφυγή τυχόν λόγου ή σχεδιασμού που υποδηλώνει εξαπάτηση ή χειραγώγηση⁶⁶. Συναφώς, το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει την αναγκαιότητα αποφυγής παραπλανητικών προτύπων σχεδιασμού⁶⁷. Επιπλέον, ο υπεύθυνος επεξεργασίας θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τον ευρύτερο αντίκτυπο της επεξεργασίας στα δικαιώματα και στην αξιοπρέπεια των φυσικών προσώπων και να παρέχει στα υποκείμενα των δεδομένων τον μεγαλύτερο δυνατό βαθμό αυτονομίας⁶⁸. Τούτο είναι ένα καθοριστικής σημασίας στοιχείο το οποίο οι υπεύθυνοι επεξεργασίας πρέπει να έχουν κατά νου, ιδίως όταν η πραγματοποιούμενη επεξεργασία είναι ιδιαίτερος παρεμβατική. Το ΕΣΠΔ επισημαίνει επίσης ότι η αντικειμενικότητα μπορεί να αποτελεί εύκολα κατανοητή βάση ή σημείο αναφοράς για τους υπευθύνους επεξεργασίας όταν αξιολογούν ένα μοντέλο «συγκατάθεσης ή πληρωμής». Συναφώς, είναι σημαντικό οι υπεύθυνοι επεξεργασίας να είναι σε θέση να καταδείξουν τους λόγους για τους οποίους εκτιμούν ότι ορισμένες επιλογές είναι σύμφωνες με την αρχή της αντικειμενικότητας, όπως περιγράφηκε στο προηγούμενο σημείο. Τούτο έχει ιδιαίτερη σημασία εάν ο υπεύθυνος επεξεργασίας περιορίζει το εύρος επιλογών του υποκειμένου των δεδομένων (π.χ. εάν δεν παρέχει δωρεάν εναλλακτική λύση χωρίς συμπεριφορική διαφήμιση, όπως περιγράφεται κατωτέρω στην ενότητα 4.2.1.1) ή παρέχει εναλλακτικές λύσεις που ενδέχεται να επηρεάσουν αδικαιολόγητα την επιλογή του υποκειμένου των δεδομένων (π.χ. εάν επιβάλλει τέλος το ύψος του οποίου εμποδίζει ουσιαστικά τα υποκείμενα των δεδομένων να επιλέξουν ελεύθερα).
61. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας οφείλουν επίσης να τηρούν την αρχή της **διαφάνειας**. Κατ' εφαρμογή της αρχής αυτής, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να παρέχουν στα υποκείμενα των δεδομένων τη δυνατότητα να κατανοούν εύκολα τον τρόπο με τον οποίο οι επιλογές τους θα επηρεάσουν την επεξεργασία των δεδομένων τους προσωπικού χαρακτήρα⁶⁹. Σε σχέση με τη συγκατάθεση, τούτο περιγράφεται αναλυτικότερα κατωτέρω στην ενότητα 4.2.2.
62. Σύμφωνα με το άρθρο 25 παράγραφος 1 του ΓΚΠΔ, ο υπεύθυνος επεξεργασίας τηρεί την αρχή της **προστασίας των δεδομένων ήδη από τον σχεδιασμό**. Τούτο σημαίνει ότι εφαρμόζει κατάλληλα τεχνικά και οργανωτικά μέτρα σχεδιασμένα για την εφαρμογή των αρχών προστασίας των δεδομένων

⁶⁵ Άρθρο 5 παράγραφος 1 στοιχείο α) του ΓΚΠΔ.

⁶⁶ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με την προστασία των δεδομένων ήδη από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού, σημείο 70.

⁶⁷ EDPB Guidelines 3/2022 on Deceptive design patterns in social media platform interfaces: how to recognise and avoid them (Κατευθυντήριες γραμμές 3/2022 του ΕΣΠΔ σχετικά με τα παραπλανητικά πρότυπα σχεδιασμού σε διεπαφές πλατφορμών μέσω κοινωνικής δικτύωσης: αναγνώριση και αποφυγή τους), έκδοση 2.0, εκδόθηκε στις 14 Φεβρουαρίου 2023 (στο εξής: κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τα παραπλανητικά πρότυπα σχεδιασμού).

⁶⁸ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με την προστασία των δεδομένων ήδη από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού, σημείο 70.

⁶⁹ Αιτιολογική σκέψη 39 του ΓΚΠΔ· ομάδα εργασίας του άρθρου 29, Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τη διαφάνεια, σημείο 4· κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με την προστασία των δεδομένων ήδη από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού, σημείο 66.

και την ενσωμάτωση των απαραίτητων εγγυήσεων στην επεξεργασία κατά τρόπο ώστε να πληρούνται οι απαιτήσεις και να προστατεύονται τα δικαιώματα και οι ελευθερίες των υποκειμένων των δεδομένων⁷⁰.

63. Επιπλέον, σύμφωνα με το άρθρο 25 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ, ο υπεύθυνος επεξεργασίας τηρεί την αρχή της **προστασίας των δεδομένων εξ ορισμού**. Τούτο σημαίνει ότι πρέπει να επιλέγει και να λογοδοτεί σχετικά με την εφαρμογή των εξ ορισμού ρυθμίσεων και επιλογών επεξεργασίας με τρόπο ώστε να διενεργείται εξ ορισμού μόνο η επεξεργασία που είναι αυστηρά αναγκαία για την επίτευξη του καθορισμένου νόμιμου σκοπού. Τούτο σημαίνει ότι εξ ορισμού ο υπεύθυνος επεξεργασίας δεν συλλέγει περισσότερα δεδομένα από όσα είναι αναγκαία, δεν επεξεργάζεται τα δεδομένα περισσότερο από όσο είναι αναγκαίο για τους σκοπούς του και δεν αποθηκεύει τα δεδομένα για διάστημα μεγαλύτερο από το αναγκαίο⁷¹.
64. Τα παιδιά τυγχάνουν ειδικής προστασίας, ιδίως σε σχέση με σκοπούς κατάρτισης προφίλ και εμπορίας⁷². Ειδικότερα, τα **παιδιά** δεν θα πρέπει να αποτελούν στόχο συμπεριφορικής διαφήμισης⁷³ και, κατ' επέκταση, δεν θα πρέπει να εκτίθενται σε μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής» που ζητούν συγκατάθεση για τέτοια επεξεργασία.
65. Ιδιαίτερη σημασία έχει, συναφώς, η αρχή της **λογοδοσίας** που προβλέπεται στο άρθρο 5 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ, κατά το οποίο ο υπεύθυνος επεξεργασίας φέρει την ευθύνη και πρέπει να είναι σε θέση να αποδείξει τη συμμόρφωσή του με τις λοιπές αρχές του άρθρου 5 του ΓΚΠΔ⁷⁴. Σε σχέση με τη συγκατάθεση, το άρθρο 7 παράγραφος 1 του ΓΚΠΔ ορίζει ρητώς ότι ο υπεύθυνος επεξεργασίας πρέπει να είναι σε θέση να αποδείξει ότι το υποκείμενο των δεδομένων συγκατατέθηκε για την επεξεργασία, όταν επικαλείται ως νομική βάση τη συγκατάθεση. Όπως επισήμανε το ΔΕΕ με την απόφαση στην υπόθεση Bundeskartellamt⁷⁵, ο υπεύθυνος επεξεργασίας πρέπει να είναι σε θέση να αποδείξει ότι το υποκείμενο των δεδομένων συγκατατέθηκε ελεύθερα, λαμβανομένων υπόψη των περιστάσεων της κατάστασης της επεξεργασίας, καθώς και ότι πληρούνται όλες οι λοιπές προϋποθέσεις της έγκυρης συγκατάθεσης.

4.2 Προϋποθέσεις έγκυρης συγκατάθεσης

66. Προκειμένου να απαντηθεί το ερώτημα που αφορά τις περιστάσεις και τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες μπορούν να εφαρμόζουν μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής» που σχετίζονται με συμπεριφορική διαφήμιση κατά τρόπο που συνιστά έγκυρη και, ειδικότερα, ελεύθερη συγκατάθεση, το ΕΣΠΔ θα εξετάσει διαδοχικά, με την παρούσα γνώμη, καθεμία από τις σωρευτικές προϋποθέσεις που συγκροτούν τη συγκατάθεση στο πλαίσιο του ΓΚΠΔ.

4.2.1 Ελεύθερη συγκατάθεση

67. Το κριτήριο της «ελεύθερης συγκατάθεσης» κατέχει κεντρική θέση στην κατανόηση της συγκατάθεσης ως νομικής βάσης για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Το

⁷⁰ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με την προστασία των δεδομένων ήδη από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού, σημείο 7.

⁷¹ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με την προστασία των δεδομένων ήδη από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού, σημείο 42.

⁷² Αιτιολογική σκέψη 38 του ΓΚΠΔ.

⁷³ Βλ. επίσης άρθρο 28 παράγραφος 2 της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες.

⁷⁴ Βλ., συναφώς, απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση C-175/20, «SS» SIA κατά Valsts ierēnumu dienests, ECLI:EU:C:2022:124, σκέψη 77.

⁷⁵ Απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt, σκέψη 152.

στοιχείο που προσδιορίζει τη συγκατάθεση ως νόμιμο λόγο επεξεργασίας έγκειται στο ότι η νομιμότητα της επεξεργασίας καθορίζεται από το γεγονός ότι πρόκειται για την απόφαση του υποκειμένου των δεδομένων («ρητή δήλωση βούλησης») και, κυρίως, για την ελευθερία επιλογής του υποκειμένου των δεδομένων να λάβει τη συγκεκριμένη απόφαση.

68. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας πρέπει να διασφαλίζουν ότι τα υποκείμενα των δεδομένων διαθέτουν πραγματική ελευθερία επιλογής, όταν τους ζητείται να συγκατατεθούν στην επεξεργασία των δεδομένων τους προσωπικού χαρακτήρα, και δεν μπορούν να περιορίζουν την αυτονομία των υποκειμένων των δεδομένων καθιστώντας δυσχερέστερη την άρνηση συγκατάθεσης από τη συγκατάθεση⁷⁶. Τούτο επιβεβαιώνεται επίσης από έναν από τους κύριους σκοπούς του ΓΚΠΔ, ο οποίος είναι να παρέχεται στα υποκείμενα των δεδομένων ο έλεγχος στα δεδομένα τους προσωπικού χαρακτήρα⁷⁷. Προκειμένου η συγκατάθεση να είναι ελεύθερη, τα υποκείμενα των δεδομένων πρέπει να είναι σε θέση να εξακριβώσουν τα ίδια αν η επεξεργασία μπορεί να πραγματοποιηθεί, χωρίς ανάρμοστη επιρροή από τον υπεύθυνο επεξεργασίας ή άλλα πρόσωπα⁷⁸, και να λαμβάνουν κατάλληλες πληροφορίες σχετικά με την επεξεργασία⁷⁹.
69. Το ΕΣΠΔ έχει επισημάνει στο παρελθόν ότι ο όρος «ελεύθερη» υποδηλώνει ότι τα υποκείμενα των δεδομένων έχουν πραγματική επιλογή και έλεγχο και ότι, στο πλαίσιο του ΓΚΠΔ, «εάν το υποκείμενο των δεδομένων δεν έχει πραγματική επιλογή, νιώθει ότι εξαναγκάζεται να συγκατατεθεί ή ότι θα υποστεί αρνητικές συνέπειες εάν δεν συγκατατεθεί, η συγκατάθεση δεν είναι έγκυρη»⁸⁰. Όπως έχει επισημάνει επανειλημμένως το ΕΣΠΔ, η συγκατάθεση μπορεί να είναι έγκυρη μόνο εάν το υποκείμενο των δεδομένων είναι σε θέση να έχει πραγματική επιλογή και δεν υπάρχει κίνδυνος εξαπάτησης, εκφοβισμού, εξαναγκασμού ή σημαντικών αρνητικών επιπτώσεων εάν το υποκείμενο των δεδομένων δεν δώσει τη συγκατάθεσή του. Η συγκατάθεση δεν παρέχεται ελεύθερα στις περιπτώσεις στις οποίες υπάρχει οποιοδήποτε στοιχείο καταναγκασμού, πίεσης ή αδυναμίας άσκησης της ελεύθερης βούλησης⁸¹.
70. Ο ΓΚΠΔ προβλέπει ορισμένα κριτήρια τα οποία θα πρέπει να χρησιμοποιούνται προκειμένου να αξιολογείται αν το πλαίσιο και οι περιστάσεις υπό τις οποίες πραγματοποιείται η επεξεργασία των δεδομένων παρέχουν στα υποκείμενα των δεδομένων επαρκή αυτονομία ώστε να θεωρείται ότι η συγκατάθεσή τους είναι «ελεύθερη». Όπως εξήγησε το ΕΣΠΔ στις κατευθυντήριες γραμμές για τη συγκατάθεση, τα κύρια κριτήρια τα οποία πρέπει να λαμβάνονται υπόψη, όταν αξιολογείται το κύρος της συγκατάθεσης, είναι αν το υποκείμενο των δεδομένων υφίσταται ζημία εάν δεν συγκατατίθεται ή ανακαλεί τη συγκατάθεσή του· αν υπάρχει ανισορροπία ισχύος μεταξύ του υποκειμένου των δεδομένων και του υπευθύνου επεξεργασίας· αν η συγκατάθεση απαιτείται για την πρόσβαση σε αγαθά ή υπηρεσίες, μολονότι η επεξεργασία δεν είναι αναγκαία για την εκτέλεση της σύμβασης (αιρεσιμότητα)· και αν το υποκείμενο των δεδομένων είναι σε θέση να συγκατατεθεί σε διαφορετικές

⁷⁶ Το ίδιο ισχύει επίσης όσον αφορά την ανάκληση της συγκατάθεσης, βλ. άρθρο 7 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ.

⁷⁷ Βλ. αιτιολογικές σκέψεις 7, 42 και 43 του ΓΚΠΔ. Η αρχή της διαφάνειας και τα δικαιώματα των υποκειμένων των δεδομένων στο κεφάλαιο III του ΓΚΠΔ είναι περαιτέρω παραδείγματα κανόνων που αποσκοπούν στην ενίσχυση του ελέγχου των υποκειμένων των δεδομένων στα δεδομένα τους προσωπικού χαρακτήρα.

⁷⁸ Βλ. συναφώς κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τα παραπλανητικά πρότυπα σχεδιασμού, δεδομένου ότι, όπως επισημαίνεται στο σημείο τους 3, τα «παραπλανητικά πρότυπα σχεδιασμού» μπορεί να παρακωλύουν τη δυνατότητα των υποκειμένων των δεδομένων να παράσχουν εν πλήρει επιγνώσει και ελεύθερη συγκατάθεση.

⁷⁹ Συναφώς, οι παρατηρήσεις που διατυπώνονται στην ενότητα 4.2.2 σχετικά με την εν πλήρει επιγνώσει συγκατάθεση έχουν σημασία και θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη.

⁸⁰ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 13.

⁸¹ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 24.

πράξεις επεξεργασίας (λεπτομερής ανάλυση)⁸². Με την απόφασή του στην υπόθεση Bundeskartellamt, το ΔΕΕ έκρινε επίσης ότι αυτά είναι τα κύρια στοιχεία βάσει των οποίων εκτιμάται αν η συγκατάθεση του υποκειμένου των δεδομένων είναι έγκυρη⁸³.

71. Η πλήρωση των κριτηρίων πρέπει να εκτιμάται κατά περίπτωση σε σχέση με τη συγκεκριμένη κατάσταση επεξεργασίας. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να είναι σε θέση να αποδείξουν την ελεύθερη συγκατάθεση. Συναφώς, μολονότι τα κριτήρια είναι αλληλένδετα, καθένα εξ αυτών πρέπει να πληρούται κατά τον χρόνο παροχής της συγκατάθεσης του υποκειμένου των δεδομένων στην επεξεργασία. Για παράδειγμα, εάν ο υπεύθυνος επεξεργασίας λάβει μεν μέτρα για την αποφυγή τυχόν αιρεσιμότητας, πλην όμως η μη συγκατάθεση θα συνεπάγεται ζημία για το υποκείμενο των δεδομένων, η συγκατάθεση δεν θα είναι ελεύθερη.

4.2.1.1 Η παροχή δωρεάν εναλλακτικής λύσης χωρίς συμπεριφορική διαφήμιση

72. Όπως εκτέθηκε στην προηγούμενη ενότητα, τα υποκείμενα των δεδομένων πρέπει να απολαύουν πραγματικής και γνήσιας ελευθερίας επιλογής όταν τους ζητείται να συγκατατεθούν στην επεξεργασία των δεδομένων τους προσωπικού χαρακτήρα. Στο πλαίσιο αυτό, η ελευθερία επιλογής του υποκειμένου των δεδομένων εξαρτάται επίσης από τις επιλογές που παρέχονται στους χρήστες.
73. **Η παροχή μιας εναλλακτικής υπηρεσίας επί πληρωμή (και μόνον), αντί της υπηρεσίας που περιλαμβάνει την επεξεργασία για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης, δεν θα πρέπει να αποτελεί στο μέλλον την εξ ορισμού λύση για τους υπευθύνους επεξεργασίας.** Αντιθέτως, όταν αναπτύσσουν την εναλλακτική εκδοχή στην υπηρεσία που περιλαμβάνει συμπεριφορική διαφήμιση, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να εξετάζουν το ενδεχόμενο να παρέχουν στα υποκείμενα των δεδομένων «ισοδύναμη εναλλακτική λύση» η οποία δεν συνεπάγεται την πληρωμή τέλους, όπως η δωρεάν εναλλακτική λύση χωρίς συμπεριφορική διαφήμιση, η οποία περιγράφεται κατωτέρω στην παρούσα ενότητα.
74. **Εάν οι υπεύθυνοι επεξεργασίας αποφασίσουν να παράσχουν στα υποκείμενα των δεδομένων «ισοδύναμη εναλλακτική λύση» η οποία περιλαμβάνει την πληρωμή τέλους,** το ΕΣΠΔ υπογραμμίζει ότι θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στα στοιχεία που περιέχονται στην παρούσα γνώμη, για παράδειγμα αυτά που περιέχονται στις ενότητες 4.2.1.4.1 και 4.2.1.4.2. Σε τέτοιες περιπτώσεις, προκειμένου να διασφαλίζεται πραγματική επιλογή και να αποφευχθεί η παροχή στους χρήστες μιας δυαδικής επιλογής μεταξύ πληρωμής τέλους και συγκατάθεσης στην επεξεργασία για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης, **οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να εξετάσουν επίσης το ενδεχόμενο παροχής μιας άλλης εναλλακτικής λύσης δωρεάν** (στο εξής: δωρεάν εναλλακτική λύση χωρίς συμπεριφορική διαφήμιση).
75. Η ως άνω εναλλακτική λύση δεν πρέπει να συνεπάγεται οποιαδήποτε επεξεργασία για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης και μπορεί, **για παράδειγμα,** να είναι μια εκδοχή της υπηρεσίας **με διαφορετικού είδους διαφήμιση που περιλαμβάνει την επεξεργασία λιγότερων δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα (ή δεν περιλαμβάνει καμία επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα),** π.χ. συγκεκριμενική ή γενική διαφήμιση ή διαφήμιση βασισμένη σε θέματα τα οποία το υποκείμενο των δεδομένων επέλεξε από κατάλογο θεμάτων ενδιαφερόντων. Τούτο συνδέεται επίσης με την αρχή της ελαχιστοποίησης των δεδομένων, η οποία υπομνήσθηκε στην ενότητα 4.1: οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι μόνον δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα τα οποία είναι αναγκαία για τον σκοπό της προβολής της συγκεκριμένης διαφήμισης θα υποβληθούν σε

⁸² Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημεία 13-54.

⁸³ Απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt, σκέψεις 143-146.

επεξεργασία. Εν πάση περιπτώσει, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας δεν θα πρέπει να παραβλέπουν την αναγκαιότητα συμμόρφωσης με το άρθρο 6 του ΓΚΠΔ και το άρθρο 5 παράγραφος 3 της οδηγίας για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες, κατά περίπτωση.

76. Μολονότι οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες δεν υποχρεούνται να προτείνουν πάντοτε δωρεάν υπηρεσίες, η παροχή στα υποκείμενα των δεδομένων της συγκεκριμένης περαιτέρω εναλλακτικής λύσης **αυξάνει την ελευθερία επιλογής τους**. Τούτο **διευκολύνει τους υπευθύνους επεξεργασίας να αποδείξουν την ελεύθερη συγκατάθεση των υποκειμένων των δεδομένων**.
77. Κατά τη γνώμη του ΕΣΠΔ, το αν παρέχεται δωρεάν εναλλακτική λύση χωρίς συμπεριφορική διαφήμιση είναι ένας **ιδιαίτερος σημαντικός παράγοντας ο οποίος πρέπει να εξετάζεται όταν αξιολογείται αν τα υποκείμενα των δεδομένων είναι σε θέση να έχουν πραγματική επιλογή** και, επομένως, αν η συγκατάθεση είναι έγκυρη. Όπως ανέφερε στην απάντησή του στην πρωτοβουλία της Επιτροπής σχετικά με δέσμευση για τα cookies, το ΕΣΠΔ θεωρεί, μεταξύ άλλων, κρίσιμο το αν, επιπλέον υπηρεσίας που χρησιμοποιεί τεχνολογία παρακολούθησης και υπηρεσίας επί πληρωμή, προτείνεται στον χρήστη υπηρεσία κάποιου άλλου είδους, όπως υπηρεσία η οποία περιλαμβάνει λιγότερο παρεμβατική μορφή διαφήμισης, όταν αξιολογούνται το κύρος της συγκατάθεσης και το αν το υποκείμενο των δεδομένων είναι σε θέση να έχει πραγματική επιλογή⁸⁴.
78. Η παροχή δωρεάν εναλλακτικής λύσης χωρίς συμπεριφορική διαφήμιση, ως περαιτέρω εναλλακτικής λύσης, θα διαδραματίσει **κρίσιμο ρόλο στην απαλοιφή, τη μείωση ή τον μετριασμό της ζημίας** που μπορεί να συνεπάγεται, για τους χρήστες που δεν παρέχουν συγκατάθεση, η υποχρέωση πληρωμής τέλους προκειμένου να έχουν πρόσβαση στην υπηρεσία ή η αδυναμία πρόσβασης στην υπηρεσία.
79. Επιπλέον, όπως έχει παρατηρήσει το ΕΣΠΔ στο παρελθόν, όταν υπάρχει σαφής ανισορροπία ισχύος, η συγκατάθεση μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον σε «εξαιρετικές περιστάσεις» και όταν ο υπεύθυνος επεξεργασίας μπορεί να αποδείξει, σύμφωνα με την αρχή της λογοδοσίας, ότι το υποκείμενο των δεδομένων «δεν θα έχει καμία αρνητική συνέπεια» εάν δεν συγκατατεθεί, ιδίως εάν στα υποκείμενα των δεδομένων προτείνεται εναλλακτική λύση η οποία δεν έχει οποιονδήποτε αρνητικό αντίκτυπο⁸⁵. Στο πλαίσιο της παρούσας γνώμης, τέτοια εναλλακτική λύση μπορεί να είναι η παροχή δωρεάν εναλλακτικής λύσης χωρίς συμπεριφορική διαφήμιση.
80. Το αν οι υπεύθυνοι επεξεργασίας προτείνουν δωρεάν εναλλακτική λύση χωρίς συμπεριφορική διαφήμιση μπορεί να είναι επίσης κρίσιμο όταν αξιολογούνται άλλες πτυχές της ελεύθερης συγκατάθεσης, όπως το αν υπάρχει κατάσταση αιρεσιμότητας, όπως εξηγείται στην ενότητα 4.2.1.4 της παρούσας γνώμης.
81. Όταν στα υποκείμενα των δεδομένων προτείνονται διάφορες επιλογές, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να διασφαλίζουν επίσης ότι τα υποκείμενα των δεδομένων κατανοούν πλήρως τι συνεπάγεται κάθε επιλογή όσον αφορά την επεξεργασία δεδομένων και τις συνέπειές της. Συναφώς, οι παρατηρήσεις που διατυπώνονται στην ενότητα 4.2.2 σχετικά με την εν πλήρει επιγνώσει

⁸⁴ Απάντηση του ΕΣΠΔ στην πρωτοβουλία της Επιτροπής σχετικά με οικειοθελή δέσμευση των επιχειρήσεων για την απλούστευση της διαχείρισης από τους καταναλωτές των cookies και των εξατομικευμένων διαφημιστικών επιλογών, εκδόθηκε στις 13 Δεκεμβρίου 2023, σ. 5 του παραρτήματος: «[ό]ταν αξιολογείται το κύρος της συγκατάθεσης, το ΕΣΠΔ θεωρεί, μεταξύ άλλων, κρίσιμο το αν, επιπλέον υπηρεσίας που χρησιμοποιεί τεχνολογία παρακολούθησης και υπηρεσίας επί πληρωμή, προτείνεται υπηρεσία κάποιου άλλου είδους, για παράδειγμα υπηρεσία με μορφή διαφήμισης η οποία συνεπάγεται μικρότερη παρέμβαση στην ιδιωτική ζωή, όπως συγκεκριμένη διαφήμιση, και αν το υποκείμενο των δεδομένων είναι σε θέση να έχει πραγματική επιλογή».

⁸⁵ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 22 και παράδειγμα 5.

συγκατάθεση έχουν σημασία και θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη. Ο **σαφής χαρακτήρας των διαφόρων επιλογών** θα πρέπει να αντικατοπτρίζεται επίσης στον σχεδιασμό της διεπαφής, καθώς σχεδιασμός που υποδηλώνει εξαπάτηση ή χειραγώγηση θα πρέπει να αποφεύγεται σύμφωνα με την αρχή της αντικειμενικότητας⁸⁶.

82. Το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει επίσης ότι οι υπεύθυνοι επεξεργασίας που είναι πυλωροί, δυνάμει της πράξης για τις ψηφιακές αγορές, και/ή πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες, δυνάμει της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες, θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τις αντίστοιχες υποχρεώσεις τους όταν αναπτύσσουν εναλλακτικές επιλογές για τους χρήστες⁸⁷.

4.2.1.2 Ζημία

83. Κατά την αιτιολογική σκέψη 42 του ΓΚΠΔ, προκειμένου να θεωρηθεί ότι η συγκατάθεση είναι ελεύθερη, το υποκείμενο των δεδομένων πρέπει να είναι σε θέση να έχει πραγματική επιλογή και να μπορεί να αρνηθεί ή να ανακαλέσει τη συγκατάθεσή του χωρίς να ζημιωθεί, δηλαδή χωρίς να υποστεί βλάβη ή ζημία⁸⁸. Η δυνατότητα άρνησης παροχής ή ανάκλησης της συγκατάθεσης χωρίς ζημία πρέπει να αποδεικνύεται από τον υπεύθυνο επεξεργασίας⁸⁹.
84. Εάν το υποκείμενο των δεδομένων αρνηθεί να συγκατατεθεί στην επεξεργασία των δεδομένων για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης και δεν υπάρχουν άλλες δωρεάν εναλλακτικές λύσεις ώστε να μπορεί να αποκτήσει πρόσβαση στην ίδια υπηρεσία, το υποκείμενο των δεδομένων θα επιβαρυνθεί οικονομικά, καθώς θα πρέπει να πληρώσει τέλος προκειμένου να μπορέσει να χρησιμοποιήσει την υπηρεσία. Τούτο θα συμβεί ιδίως εάν υπάρχουν φαινόμενα εγκλωβισμού, ο δε χρήστης ήταν προηγουμένως σε θέση να χρησιμοποιήσει την υπηρεσία για μεγάλο χρονικό διάστημα χωρίς να προβλέπεται τέλος για την εν λόγω χρήση.
85. Για την αποφυγή ζημίας κατά την έννοια της αιτιολογικής σκέψης 42 του ΓΚΠΔ και για τη διασφάλιση της δυνατότητας των υποκειμένων των δεδομένων να προβούν σε πραγματική επιλογή, ο τρόπος με τον οποίο προτείνεται η υπηρεσία⁹⁰ καθώς και το τέλος (εφόσον υπάρχει) θα πρέπει να μην

⁸⁶ Βλ. κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με την προστασία των δεδομένων ήδη από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού, σημείο 70. Βλ. επίσης κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τα παραπλανητικά πρότυπα σχεδιασμού (Deceptive Design Patterns).

⁸⁷ Βλ. άρθρο 5 παράγραφος 2 της πράξης για τις ψηφιακές αγορές. Επιπλέον, βλ. αιτιολογική σκέψη 36 της πράξης για τις ψηφιακές αγορές: «[γ]ια να διασφαλιστεί ότι οι πυλωροί δεν υπονομεύουν κατά τρόπο αθέμιτο τη δυνατότητα διεκδίκησης των βασικών υπηρεσιών πλατφόρμας, οι πυλωροί θα πρέπει να επιτρέπουν στους τελικούς χρήστες να επιλέγουν ελεύθερα να συμμετάσχουν στην εν λόγω επεξεργασία δεδομένων και τις πρακτικές σύνδεσης προσφέροντας λιγότερο εξατομικευμένη αλλά ισοδύναμη εναλλακτική λύση και χωρίς να εξαρτούν τη χρήση της βασικής υπηρεσίας πλατφόρμας ή ορισμένων λειτουργιών της από τη συγκατάθεση του τελικού χρήστη». Στην αιτιολογική σκέψη 37 της πράξης για τις ψηφιακές αγορές επισημαίνεται επιπλέον ότι: «[η] λιγότερο εξατομικευμένη εναλλακτική λύση δεν θα πρέπει να είναι διαφορετική ή υποβαθμισμένης ποιότητας σε σύγκριση με την υπηρεσία που παρέχεται στους τελικούς χρήστες που χορηγούν τη συγκατάθεσή τους, εκτός αν η υποβάθμιση της ποιότητας αποτελεί άμεση συνέπεια του γεγονότος ότι ο πυλωρός δεν είναι σε θέση να επεξεργαστεί τα εν λόγω δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα ή να συνδέσει τελικούς χρήστες σε μια υπηρεσία». Βλ. επίσης άρθρο 38 της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες: «[...] οι πάροχοι πολύ μεγάλων επιγραμμικών πλατφορμών και πολύ μεγάλων επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης που χρησιμοποιούν συστήματα συστάσεων παρέχουν τουλάχιστον μία επιλογή για καθένα από τα συστήματα συστάσεών τους που δεν βασίζεται στην κατάρτιση προφίλ, όπως ορίζεται στο άρθρο 4 σημείο 4 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679».

⁸⁸ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημεία 46-48. Βλ. επίσης σημείο 24.

⁸⁹ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 46.

⁹⁰ Μολονότι η συγκατάθεση μπορεί συχνά να παρασχεθεί με μία και μόνη πράξη, η άρνηση συγκατάθεσης μπορεί δυνητικώς να υποχρεώνει το υποκείμενο των δεδομένων να ακολουθήσει μια πιο μακροσκελή και

αποθαρρύνουν στην πράξη τα υποκείμενα των δεδομένων από την πραγματοποίηση ελεύθερης επιλογής, για παράδειγμα μέσω της παρακίνησης του υποκειμένου των δεδομένων να συγκατατεθεί. Ως εκ τούτου, το επίμαχο τέλος δεν θα πρέπει να είναι ακατάλληλα υψηλό, ζήτημα το οποίο εξετάζεται αναλυτικότερα στην ενότητα 4.2.1.4.2.

86. Εάν το υποκείμενο των δεδομένων αρνηθεί να συγκατατεθεί ή ανακαλέσει τη συγκατάθεση και δεν πληρώσει το τέλος που ζητείται, δεν θα είναι σε θέση να χρησιμοποιεί την υπηρεσία, και τούτο μπορεί να συνεπάγεται ζημία για το υποκείμενο των δεδομένων. Στις περιπτώσεις αυτές, διάφοροι παράγοντες μπορεί να συνεπάγονται ζημία για τα υποκείμενα των δεδομένων.
87. Τα υποκείμενα των δεδομένων μπορεί να υποστούν ζημία εάν αδυνατούν να χρησιμοποιήσουν μια υπηρεσία η οποία αποτελεί μέρος της καθημερινής ζωής τους και καταλαμβάνει σημαντικό ρόλο σε αυτήν. Τούτο μπορεί να συμβεί, για παράδειγμα, στην περίπτωση πλατφόρμας που χρησιμοποιείται συνήθως και συστηματικά για τη διάδοση πληροφοριών οι οποίες μπορεί να μην είναι αμέσως διαθέσιμες από άλλες πηγές ή στην περίπτωση πλατφόρμας η χρήση της οποίας είναι αναγκαία για την πρόσβαση σε ορισμένες υπηρεσίες που είναι κρίσιμες στην καθημερινή ζωή του προσώπου. Μπορεί να πρόκειται για πληροφορίες ή επικοινωνίες στις οποίες οι χρήστες στηρίζονται στην καθημερινή ζωή τους, στοιχείο που δυσχεραίνει τη μη συμμετοχή τους στην πλατφόρμα. Τέτοιου είδους περιπτώσεις μπορεί να είναι οι σημαντικές πληροφορίες που παρέχονται κατά τη διάρκεια καταστάσεων έκτακτης ανάγκης ή ακόμη οι πληροφορίες που λαμβάνουν οι γονείς σχετικά με τις κοινωνικές δραστηριότητες των παιδιών τους. Επιπλέον, η πλατφόρμα μπορεί να είναι βασικό βήμα δημόσιου διαλόγου σχετικά με πολιτικά, κοινωνικά, πολιτιστικά και οικονομικά ζητήματα.
88. Στο ίδιο πνεύμα, η χρήση ορισμένων υπηρεσιών μέσω κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να είναι καθοριστικής σημασίας για τη συμμετοχή των υποκειμένων των δεδομένων στην κοινωνική ζωή. Λαμβανομένων υπόψη της ταχύτητας των τεχνολογικών καινοτομιών και του γεγονότος ότι οι περισσότεροι άνθρωποι έχουν παρουσία στο διαδίκτυο, ο ρόλος που τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζουν στην καθημερινή ζωή και στις αλληλεπιδράσεις των υποκειμένων των δεδομένων δεν θα πρέπει να υποτιμάται. Πολλά υποκείμενα των δεδομένων στηρίζονται στις εν λόγω πλατφόρμες ως σημαντικό μέσο διατήρησης της επικοινωνίας με πρόσωπα με τα οποία δεν έχουν φυσική αλληλεπίδραση στην καθημερινή ζωή τους, όπως φίλους και/ή συγγενείς. Δεδομένου ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν μια ιδιαίτερως πολύτιμη και εξυπηρετική εναλλακτική λύση στις διά ζώσης αλληλεπιδράσεις, η μη πρόσβαση σε αυτά μπορεί να έχει σημαντικές συνέπειες στη συναισθηματική και ψυχολογική ευημερία ορισμένων χρηστών. Στις περιπτώσεις που προαναφέρθηκαν, τα υποκείμενα των δεδομένων μπορεί να αποκλειστούν από τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις που πραγματοποιούνται στην πλατφόρμα και να νιώσουν κοινωνικά απομονωμένα, ιδίως όταν δεν υπάρχει εναλλακτική υπηρεσία η οποία παρέχει παρόμοια εμπειρία και χρησιμοποιείται επίσης από τα πρόσωπα στον κοινωνικό περίγυρο του υποκειμένου των δεδομένων. Το ίδιο ισχύει όσον αφορά τη συμμετοχή σε επιγραμμικούς χώρους συζήτησης. Τα υποκείμενα των δεδομένων μπορεί να αποκλειστούν από τη συμμετοχή στους εν λόγω επιγραμμικούς χώρους συζήτησης, μολονότι αποτελούν πλέον σημαντική συνιστώσα του διαλόγου στο διαδίκτυο.
89. Τα υποκείμενα των δεδομένων μπορεί να υποστούν ζημία εάν, λόγω μη πληρωμής τέλους και μη συγκατάθεσης, δεν μπορούν να έχουν πρόσβαση σε επαγγελματικές ή εργασιακές πλατφόρμες. Πιο συγκεκριμένα, οι δυνατότητες των υποκειμένων των δεδομένων να αναζητήσουν ευκαιρίες εργασίας και/ή να δημιουργήσουν ή να διατηρήσουν επαγγελματικά δίκτυα μπορεί να επηρεαστούν αρνητικά, τα υποκείμενα των δεδομένων μπορεί να νιώσουν ότι βρίσκονται σε μειονεκτική θέση σε σύγκριση

επαχθή διαδικασία πληρωμής, η οποία συνδέεται ενδεχομένως με περαιτέρω δραστηριότητες επεξεργασίας δεδομένων.

με χρήστες που έχουν πρόσβαση στην υπηρεσία ή να νιώσουν ότι δεν είναι σε θέση να παρακολουθούν σημαντικές εξελίξεις στους αντίστοιχους τομείς εργασίας τους.

90. Επιπλέον, είναι πιθανότερο να προκληθεί ζημία, και ενδεχομένως σοβαρότερης φύσης, σε περίπτωση μεγάλης επιγραμμικής πλατφόρμας στην οποία μπορεί να υπάρχουν **φαινόμενα εγκλωβισμού ή αποτελέσματα δικτύου**. Οι επιζήμιες συνέπειες της άρνησης παροχής πρόσβασης σε μια υπηρεσία μπορεί να είναι ακόμη πιο σημαντικές για τους χρήστες επιγραμμικών πλατφορμών που δεν εφάρμοσαν μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής» εξαρχής, αλλά αποφάσισαν να τα καθιερώσουν εκ των υστέρων.
91. Τα **αποτελέσματα δικτύου** μπορεί να καθιστούν δυσχερέστερη, για τα υποκείμενα των δεδομένων, τη λήψη της απόφασης να μην έχουν πρόσβαση στην υπηρεσία, χωρίς να υποστούν οποιαδήποτε αρνητική συνέπεια. Τούτο έχει ιδιαίτερη σημασία για τις πλατφόρμες που στηρίζονται σε περιεχόμενο που παράγουν οι χρήστες ή στην αλληλεπίδραση μεταξύ χρηστών, όπως τις πλατφόρμες διαμοιρασμού βίντεο/εικόνας και τις πλατφόρμες επικοινωνίας, όπως τους ιστοτόπους των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τους χώρους συζήτησης ή τις πλατφόρμες κρατήσεων με μεγάλο αριθμό χρηστών. Εάν η πλατφόρμα έχει μεγάλη βάση χρηστών, οι νέοι και οι υφιστάμενοι χρήστες μπορεί να θεωρούν ότι η αλληλεπίδραση στη συγκεκριμένη υπηρεσία είναι αναγκαία προκειμένου να ενταχθούν σε μια ψηφιακή κοινότητα στην οποία ανήκουν οι φίλοι, οι συγγενείς ή οι συνάδελφοί τους ή να συμμετάσχουν σε πολιτικές συζητήσεις ή ανταλλαγές απόψεων. Άλλοι χρήστες μπορεί να πιστεύουν ότι πρέπει να χρησιμοποιούν μια υπηρεσία σε επαγγελματικό πλαίσιο ή ότι, ως γονείς, πρέπει να χρησιμοποιούν έναν συγκεκριμένο ιστότοπο για να λαμβάνουν πληροφορίες σχετικά με τα παιδιά τους, όπως ομάδες γονέων για τον προγραμματισμό κοινωνικών δραστηριοτήτων για τα παιδιά. Η μη αλληλεπίδραση στην πλατφόρμα ή η επιλογή άλλης υπηρεσίας μπορεί να μην είναι ρεαλιστική λύση, καθώς είναι δύσκολο για ένα φυσικό πρόσωπο να πείσει για παράδειγμα, τα μέλη του κοινωνικού, επαγγελματικού ή πολιτικού περιγύρου του να μετακινηθούν από μια υπηρεσία σε μια άλλη η οποία δεν παρακολουθεί τους χρήστες της.
92. Τυχόν **φαινόμενα εγκλωβισμού** μπορούν επίσης να προκαλέσουν ζημία στα υποκείμενα των δεδομένων. Οι χρήστες που έχουν χρησιμοποιήσει την πλατφόρμα για κάποιο χρονικό διάστημα μπορεί να έχουν ήδη καθιερώσει την παρουσία τους στο διαδίκτυο στη συγκεκριμένη πλατφόρμα, να έχουν επενδύσει σε αυτήν, για παράδειγμα, όσον αφορά συνδέσεις και αλληλεπιδράσεις με άλλους χρήστες, μέσω της δημιουργίας περιεχομένου, της απόκτησης ακολούθων και «like» κ.λπ. Το φαινόμενο αυτό εντείνεται περαιτέρω όταν ο χρήστης έχει διαθέσει πολύ χρόνο στην πλατφόρμα, π.χ. όταν η πλατφόρμα είναι ήδη διαθέσιμη εδώ και μεγάλο χρονικό διάστημα. Όταν η πλατφόρμα ζητεί από τέτοιους χρήστες να πληρώσουν τέλος ή να συγκατατεθούν στην επεξεργασία των δεδομένων τους προσωπικού χαρακτήρα για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης, προκειμένου να συνεχίσουν να χρησιμοποιούν την υπηρεσία, αλλά αυτοί αρνούνται να πράξουν οτιδήποτε από τα προαναφερθέντα και χάνουν την πρόσβαση στην υπηρεσία, οι χρήστες διατρέχουν τον κίνδυνο να μην είναι σε θέση να μεταφέρουν τις αλληλεπιδράσεις, τους ακολούθους και τις συνδέσεις τους σε νέα πλατφόρμα και/ή να απολέσουν περιεχόμενο και πληροφορίες που συγκέντρωσαν ή δημιούργησαν κατά την προγενέστερη χρήση της υπηρεσίας. Το περιεχόμενο και οι πληροφορίες μπορεί να περιλαμβάνουν ευρύ φάσμα υλικού, όπως προσωπικές επικοινωνίες, καταλόγους επαφών, ιστορικό αναζητήσεων, αποθηκευμένες προτιμήσεις, εικόνες, πίνακες, διάφορα είδη εξατομικευμένων βάσεων δεδομένων κ.λπ. Για τον δημιουργό περιεχομένου σε ιστότοπο διαμοιρασμού πολυμέσων, τούτο μπορεί να συνεπάγεται πολύ σημαντική και δυνητικώς ανεπανόρθωτη απώλεια, υπό την έννοια ενδεχόμενης οικονομικής ζημίας, απώλειας του χαρτοφυλακίου που ο δημιουργός μπορεί να δημιούργησε με την πάροδο των ετών σε μια πλατφόρμα και απώλειας ακολούθων.

93. Στο πλαίσιο αυτό, είναι σημαντικό να υπομνησθούν η σημασία των δικαιωμάτων των υποκειμένων των δεδομένων καθώς και ότι η υποχρέωση του υπευθύνου επεξεργασίας να σέβεται πάντοτε τα εν λόγω δικαιώματα. Ακόμη και σε περίπτωση στην οποία δεν θα έχει πλέον πρόσβαση στην υπηρεσία, το υποκείμενο των δεδομένων θα έχει το δικαίωμα να ασκήσει τα δικαιώματά του ως υποκείμενο των δεδομένων στο πλαίσιο του ΓΚΠΔ, για παράδειγμα το δικαίωμα πρόσβασης στα δεδομένα του προσωπικού χαρακτήρα και το δικαίωμα στη φορητότητα των δεδομένων. Ο υπεύθυνος επεξεργασίας οφείλει να ενημερώνει σχετικά τα υποκείμενα των δεδομένων, όταν παρέχει στα υποκείμενα των δεδομένων την επιλογή να συγκατατεθούν ή όχι, και να διασφαλίζει ότι τα υποκείμενα των δεδομένων θα διατηρήσουν τη δυνατότητα άσκησης των εν λόγω δικαιωμάτων.
94. Εάν επέρχεται οποιαδήποτε από τις αρνητικές συνέπειες που περιγράφηκαν (ενδεικτικώς) στα προηγούμενα σημεία, η παροχή επιλογής μόνον μεταξύ υπηρεσίας επί πληρωμή και υπηρεσίας που συνεπάγεται συμπεριφορική διαφήμιση βάσει της συγκατάθεσης του υποκειμένου των δεδομένων θα έχει αντίκτυπο στη δυνατότητα των υποκειμένων των δεδομένων να έχουν πραγματική επιλογή και να αρνηθούν να δώσουν τη συγκατάθεσή τους χωρίς να ζημιώσουν.
95. Υπό το πρίσμα των ανωτέρω, η πρόκληση ζημίας είναι πιθανή όταν μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες χρησιμοποιούν μοντέλο «συγκατάθεσης ή πληρωμής» προκειμένου να εξασφαλίσουν συγκατάθεση για την επεξεργασία. Όπως αναφέρθηκε στην ενότητα 4.2.1.1 ανωτέρω, το αν ο υπεύθυνος επεξεργασίας προτείνει τη δωρεάν εναλλακτική λύση χωρίς συμπεριφορική διαφήμιση ως περαιτέρω εναλλακτική λύση θα διαδραματίσει κρίσιμο ρόλο στην απαλοιφή, τη μείωση ή τον μετριασμό της ζημίας που μπορεί να συνεπάγεται, για τους χρήστες που δεν παρέχουν συγκατάθεση, η υποχρέωση πληρωμής τέλους προκειμένου να έχουν πρόσβαση στην υπηρεσία ή η αδυναμία πρόσβασης στην υπηρεσία.

4.2.1.3 Ανισορροπία ισχύος

96. Στην πρώτη περίοδο της αιτιολογικής σκέψης 43 του ΓΚΠΔ επισημαίνεται ότι η δυναμική ισχύος μεταξύ του υποκειμένου των δεδομένων και του υπευθύνου επεξεργασίας έχει σημασία κατά την αξιολόγηση του αν η συγκατάθεση του υποκειμένου των δεδομένων δόθηκε ελεύθερα:
- «[γ]ια να διασφαλιστεί ότι η συγκατάθεση έχει δοθεί ελεύθερα, η συγκατάθεση δεν θα πρέπει να παρέχει έγκυρη νομική βάση για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σε μια συγκεκριμένη περίπτωση, όταν υπάρχει σαφής ανισότητα μεταξύ του υποκειμένου των δεδομένων και του υπευθύνου επεξεργασίας, ιδίως στις περιπτώσεις που ο υπεύθυνος επεξεργασίας είναι δημόσια αρχή και είναι επομένως σχεδόν απίθανο να έχει δοθεί η συγκατάθεση ελεύθερα σε όλες τις περιστάσεις αυτής της ειδικής κατάστασης. [...]».*
97. Δεδομένου ότι «ελεύθερη» συγκατάθεση σημαίνει ότι το υποκείμενο των δεδομένων πρέπει να ενεργεί αυτόνομα, είναι αναγκαίο να εξετάζεται η θέση του υπευθύνου επεξεργασίας και η ισχύς που διαθέτει σε σχέση με τα υποκείμενα των δεδομένων. Εάν υπάρχει σαφής ανισότητα μεταξύ του υπευθύνου επεξεργασίας και του υποκειμένου των δεδομένων σε συγκεκριμένη κατάσταση, το υποκείμενο των δεδομένων μπορεί να νιώθει ότι αναγκάζεται να λάβει μια απόφαση την οποία δεν θα λάμβανε διαφορετικά και η οποία θίγει την ελευθερία επιλογής του. Όπως προαναφέρθηκε, με την αιτιολογική σκέψη 43 του ΓΚΠΔ καθίσταται σαφές ότι η συγκατάθεση δεν μπορεί, κατά κανόνα, να χρησιμοποιείται ως νομική βάση σε κατάσταση σαφούς ανισότητας.
98. Όπως έχει επισημάνει το ΕΣΠΔ στο παρελθόν, όταν υπάρχει σαφής ανισορροπία ισχύος, η συγκατάθεση μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον σε «εξαιρετικές περιστάσεις» και όταν ο υπεύθυνος επεξεργασίας μπορεί να αποδείξει, σύμφωνα με την αρχή της λογοδοσίας, ότι το υποκείμενο των

δεδομένων «δεν θα έχει καμία αρνητική συνέπεια» εάν δεν συγκατατεθεί, ιδίως εάν στα υποκείμενα των δεδομένων προτείνεται εναλλακτική λύση η οποία δεν έχει οποιονδήποτε αρνητικό αντίκτυπο⁹¹. Στο πλαίσιο της παρούσας γνώμης, τέτοια εναλλακτική λύση μπορεί να είναι η παροχή δωρεάν εναλλακτικής λύσης χωρίς συμπεριφορική διαφήμιση (βλ. ενότητα 4.2.1.1).

99. Όλοι οι υπεύθυνοι επεξεργασίας που χρησιμοποιούν τη συγκατάθεση ως νομική βάση πρέπει να αξιολογούν αν βρίσκονται σε κατάσταση σαφούς ανισορροπίας ισχύος. Όταν ο υπεύθυνος επεξεργασίας είναι «μεγάλη επιγραμμική πλατφόρμα», όπως ορίζεται για τους σκοπούς της παρούσας γνώμης, ορισμένα στοιχεία μπορούν να λαμβάνονται υπόψη προκειμένου να εξακριβωθεί αν υπάρχει κατάσταση σαφούς ανισορροπίας ισχύος. Ορισμένοι τέτοιοι παράγοντες απαριθμούνται ενδεικτικώς και με μη σωρευτικό τρόπο κατωτέρω. Ορισμένοι παράγοντες θα έχουν μεγαλύτερη σημασία για κάποιους υπευθύνους επεξεργασίας ή λιγότερη σημασία για άλλους υπευθύνους επεξεργασίας. Η κατά περίπτωση αξιολόγηση των εν λόγω παραγόντων θα πρέπει να είναι πάντοτε αναγκαία.
100. Ο πρώτος παράγοντας ο οποίος μπορεί να έχει σημασία είναι η **θέση της εταιρείας στην αγορά**. Συναφώς, υπενθυμίζεται ότι η σαφής ανισότητα μπορεί να είναι πιο έκδηλη όταν υπάρχει επίσημη σχέση μεταξύ του υπευθύνου επεξεργασίας και του υποκειμένου των δεδομένων, όπως όταν ο υπεύθυνος επεξεργασίας είναι δημόσια αρχή ή εργοδότης⁹². Ωστόσο, όπως έχει επισημάνει το ΕΣΠΔ στο παρελθόν, η ανισορροπία ισχύος δεν περιορίζεται στις δημόσιες αρχές και στους εργοδότες, αλλά μπορεί να υφίσταται και σε άλλες καταστάσεις⁹³. Θα πρέπει να αξιολογούνται πάντοτε οι πραγματικοί και συγκεκριμένοι παράγοντες κάθε επιμέρους περίπτωσης.
101. Ο ΓΚΠΔ δεν παρέχει ρητή καθοδήγηση σχετικά με τον τρόπο συνεκτίμησης της θέσης του υπευθύνου επεξεργασίας στην αγορά όταν αξιολογείται η ύπαρξη κατάστασης σαφούς ανισότητας. Με την απόφαση Bundeskartellamt, το ΔΕΕ επισήμανε ότι η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης «είναι πιθανόν να δημιουργεί σαφή ανισότητα»⁹⁴. Το ΔΕΕ επισήμανε επίσης ότι τούτο συνιστά «σημαντικό στοιχείο» κατά την αξιολόγηση⁹⁵.
102. Ο όρος «δεσπόζουσα θέση» είναι παγιωμένος στο δίκαιο ανταγωνισμού της Ένωσης. Οι εκτιμήσεις που πραγματοποιούνται για την εξακρίβωση της δεσπόζουσας θέσης μιας εταιρείας μπορεί να είναι χρήσιμες για τους υπευθύνους επεξεργασίας μεγάλων επιγραμμικών πλατφορμών κατά την αξιολόγηση της ύπαρξης σαφούς ανισορροπίας ισχύος. Οι εν λόγω εκτιμήσεις περιλαμβάνουν τον ορισμό της σχετικής αγοράς (όπως της αγοράς προϊόντος και της γεωγραφικής αγοράς) και τον προσδιορισμό του μεριδίου αγοράς και των εμποδίων στην είσοδο ή την επέκταση στην αγορά⁹⁶.
103. Επιπλέον, ο γενικός εισαγγελέας επισήμανε με τις προτάσεις του στην υπόθεση Bundeskartellamt ότι δεν είναι απαραίτητο ο υπεύθυνος επεξεργασίας να κατέχει «δεσπόζουσα θέση», κατά την έννοια

⁹¹ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 22 και παράδειγμα 5.

⁹² Βλ. επίσης κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, ενότητα 3.1.1.

⁹³ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 24.

⁹⁴ Απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt, σκέψη 149.

⁹⁵ Απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt, σκέψη 154.

⁹⁶ Γενική μεθοδολογία για τον ορισμό της σχετικής αγοράς παρέχεται με την ανακοίνωση της Επιτροπής C/2024/1645. Βλ. επίσης ανακοίνωση της Επιτροπής — Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις (2009/C 45/02, ΕΕ C 45 της 24.2.2009, σ. 7, όπως τροποποιήθηκε το 2023 (C/2023/1923, ΕΕ C 116 της 31.3.2023, σ. 1).

του άρθρου 102 της ΣΛΕΕ, προκειμένου η ισχύς του στην αγορά να θεωρηθεί κρίσιμη για την επιβολή του ΓΚΠΔ⁹⁷. Το ΕΣΠΔ συμμαρξίζεται την άποψη του γενικού εισαγγελέα επί του ζητήματος αυτού.

104. Υπενθυμίζεται, ωστόσο, ότι το ΔΕΕ έκρινε ότι το κύρος της συγκατάθεσης του υποκειμένου των δεδομένων πρέπει να εξακριβώνεται υπό το πρίσμα του άρθρου 4 σημείο 11 και του άρθρου 7 καθώς και των αιτιολογικών σκέψεων του ΓΚΠΔ. Επιπλέον, σκοπός των κανόνων για την έγκυρη συγκατάθεση είναι να διασφαλίζεται ότι τα υποκείμενα των δεδομένων απολαύουν αυτονομίας και ελευθερίας επιλογής. Κατά τη γνώμη του ΕΣΠΔ, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να αξιολογούν κατά περίπτωση αν η ελευθερία επιλογής των υποκειμένων των δεδομένων περιορίζεται. Μολονότι είναι σημαντικό στοιχείο για την αξιολόγηση της ανισορροπίας ισχύος, το αν ο υπεύθυνος επεξεργασίας κατέχει ή όχι «δεσπόζουσα θέση» δεν είναι καθοριστικός παράγοντας του καθαυτό κύρους της συγκατάθεσης.
105. Υπό το πρίσμα των ανωτέρω, συνάγεται ότι, ανάλογα με τις περιστάσεις της συγκεκριμένης περίπτωσης, ενδέχεται να υπάρχουν καταστάσεις στις οποίες οι εποπτικές αρχές μπορεί να συμπεράνουν ότι υπάρχει σαφής ανισότητα, κατά την έννοια του ΓΚΠΔ, χωρίς να διαπιστώνεται η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης. Το κρίσιμο ζήτημα είναι αν η θέση του υπευθύνου επεξεργασίας στην αγορά, αφ' εαυτής ή σε συνδυασμό με άλλους παράγοντες, έχει ως αποτέλεσμα τα υποκείμενα των δεδομένων να νιώθουν ότι δεν υπάρχουν άλλες ρεαλιστικές εναλλακτικές υπηρεσίες στη διάθεσή τους, όπως πλατφόρμες διαμοιρασμού βίντεο, δικτυακές πύλες υποβολής αιτήσεων εργασίας ή πλατφόρμες για την αγορά και την πώληση ορισμένων αγαθών και υπηρεσιών.
106. Γενικότερα, όπως υπομνήσθηκε στην ενότητα 4.1 ανωτέρω, σύμφωνα με την αρχή της αντικειμενικότητας, η ισορροπία ισχύος θα πρέπει να είναι καθοριστικός παράγοντας εκτίμησης της σχέσης υπευθύνου επεξεργασίας και υποκειμένου των δεδομένων: οι ανισορροπίες ισχύος θα πρέπει να αποφεύγονται ή, όταν αυτό δεν είναι εφικτό, πρέπει να αναγνωρίζονται και να συνυπολογίζονται με εφαρμογή των κατάλληλων αντιμέτρων⁹⁸. Με τον τρόπο αυτόν θα διασφαλίζεται ότι το υποκείμενο των δεδομένων μπορεί να έχει πραγματικά ελεύθερη επιλογή όταν συγκατατίθεται στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.
107. Όταν αξιολογείται αν υπάρχει σαφής ανισότητα, οι παρατηρήσεις που διατυπώθηκαν στην ενότητα 4.2.1.2 ανωτέρω έχουν επίσης σημασία. Συγκεκριμένα, στο πλαίσιο μεγάλων επιγραμμικών πλατφορμών που εφαρμόζουν μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής», τα κριτήρια της «ανισορροπίας ισχύος» και της «ζημίας» συνδέονται στενά μεταξύ τους όταν αξιολογείται αν η συγκατάθεση είναι ελεύθερη.
108. Ειδικότερα, η ύπαρξη αποτελεσμάτων δικτύου ή φαινομένων εγκλωβισμού, όπως περιγράφηκαν ανωτέρω, μπορεί να δυσχεραίνει ή να καθιστά μη ρεαλιστική την επιλογή άλλης υπηρεσίας εκ μέρους του χρήστη. Σε περιπτώσεις στις οποίες η πλατφόρμα έχει πολύ μεγαλύτερη βάση χρηστών σε σύγκριση με οποιαδήποτε σχετική εναλλακτική λύση ή σε περιπτώσεις στις οποίες ο χρήστης έχει επενδύσει σημαντικά στην πλατφόρμα, ο χρήστης μπορεί να νιώθει αναγκασμένος να στηρίζεται στην πλατφόρμα: σε τέτοιες περιπτώσεις, η επιλογή άλλης υπηρεσίας μπορεί να μην είναι ρεαλιστική, μπορεί δε να είναι δύσκολο να πειστούν τα μέλη του κοινωνικού, επαγγελματικού ή πολιτικού περιγύρου του χρήστη να μετακινηθούν από μια υπηρεσία σε άλλη. Επιπλέον, όπως εξηγήθηκε ανωτέρω, τα φαινόμενα εγκλωβισμού μπορεί να συνεπάγονται ότι δημοφιλές ή σχετικό περιεχόμενο

⁹⁷ Προτάσεις του γενικού εισαγγελέα Α. Ράντου, της 20ής Σεπτεμβρίου 2022, στην υπόθεση C-252/21, ECLI:EU:C:2022:704, σημείο 75.

⁹⁸ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με την προστασία των δεδομένων ήδη από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού, σημείο 70.

επικεντρώνεται σε μια συγκεκριμένη πλατφόρμα, τούτο δε μπορεί να επηρεάζει επίσης την ισορροπία ισχύος σε σχέση με νέους χρήστες που επιδιώκουν να αποκτήσουν πρόσβαση σε τέτοιο περιεχόμενο.

109. Ιδιαίτερη προσοχή απαιτείται όσον αφορά υπηρεσίες οι οποίες έχουν δημιουργήσει μεγάλη βάση χρηστών και παρέχονται δωρεάν σε όλους τους χρήστες. Τέτοιες υπηρεσίες μπορεί να έχουν προσελκύσει μεγάλο αριθμό χρηστών που δεν επιθυμούν ή δεν είναι σε θέση να πληρώσουν τέλος και που χρησιμοποίησαν την υπηρεσία με την πεποίθηση ότι δεν θα έχει οικονομικό αντίκτυπο σε αυτούς. Με την πάροδο του χρόνου η εξάρτηση των χρηστών από την υπηρεσία μπορεί να αυξήθηκε, μεταξύ άλλων, λόγω αποτελεσμάτων δικτύου και φαινομένων εγκλωβισμού. Εάν μια τέτοια υπηρεσία αρχίσει, μεταγενέστερα, να προτείνει στους χρήστες να επιλέξουν μεταξύ της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και της πληρωμής τέλους, τούτο μπορεί να είναι παράδειγμα μόχλευσης μιας σαφούς ανισότητας εις βάρος των χρηστών, καθώς δεν είναι πιθανό ότι οι χρήστες θα μπορούσαν να έχουν ελεύθερη επιλογή στην περίπτωση αυτή.
110. Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας για την αξιολόγηση της ανισότητας είναι ο βαθμός στον οποίο το υποκείμενο των δεδομένων **στηρίζεται στην παρεχόμενη υπηρεσία**. Η πραγματική ελεύθερη επιλογή του υποκειμένου των δεδομένων περιορίζεται εάν η υπηρεσία θεωρείται απαραίτητη, π.χ. για την αναζήτηση εργασίας, την απόκτηση πρόσβασης σε βασικές πληροφορίες για την καθημερινή ζωή των υποκειμένων των δεδομένων ή τη συμμετοχή στον δημόσιο διάλογο⁹⁹.
111. Επιπλέον, το **κοινό-στόχος ή βασικό κοινό** της πλατφόρμας είναι ένα στοιχείο το οποίο πρέπει να εξετάζεται. Για παράδειγμα, εάν η πλατφόρμα απευθύνεται πρωτίστως σε παιδιά, μέσω του σχεδιασμού ή της εμπορικής προώθησης της υπηρεσίας, ή εάν χρησιμοποιείται κυρίως από παιδιά ή άλλα ευάλωτα άτομα, τούτο μπορεί επίσης να συνεπάγεται σαφή ανισότητα μεταξύ του υπευθύνου επεξεργασίας και των υποκειμένων των δεδομένων¹⁰⁰.
112. Τα ανωτέρω είναι παραδείγματα στοιχείων τα οποία, όταν είναι παρόντα, μπορεί να δημιουργούν κατάσταση ανισορροπίας ισχύος στη σχέση μεταξύ του υποκειμένου των δεδομένων και του υπευθύνου επεξεργασίας.
113. Ο υπεύθυνος επεξεργασίας μπορεί, ωστόσο, να ισχυριστεί ότι τα υποκείμενα των δεδομένων δεν αναγκάζονται να συγκατατεθούν ή να πληρώσουν τέλος. Μπορούν να επιλέξουν να μην κάνουν καθόλου χρήση της υπηρεσίας ή να χρησιμοποιήσουν άλλη υπηρεσία που δεν επεξεργάζεται δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα με τον ίδιο τρόπο όπως ο υπεύθυνος επεξεργασίας. Πρώτον, τα στοιχεία που περιγράφηκαν ανωτέρω μπορεί να καταλήγουν σε κατάσταση στην οποία οι χρήστες δεν έχουν πραγματική πρακτική επιλογή άρνησης χρησιμοποίησης της υπηρεσίας. Δεύτερον, όπως επισημαίνεται στην ενότητα 4.2.1.4.1 κατωτέρω, το ΕΣΠΔ διευκρίνισε στις κατευθυντήριες γραμμές του σχετικά με τη συγκατάθεση ότι δεν μπορεί να θεωρείται ότι η συγκατάθεση είναι ελεύθερη απλώς και μόνον επειδή υπάρχει παρόμοια υπηρεσία που παρέχεται από άλλον υπεύθυνο επεξεργασίας η

⁹⁹ Στις περιπτώσεις αυτές, το υποκείμενο των δεδομένων μπορεί να νιώθει αναγκασμένο να αποδεχθεί την παρακολούθηση. Το ΕΣΠΔ έχει επισημάνει στο παρελθόν ότι η συγκατάθεση μπορεί να είναι έγκυρη μόνον εφόσον δεν υπάρχουν στοιχεία καταναγκασμού ή πίεσης, βλ. κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 24.

¹⁰⁰ Συναφώς, το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι, δυνάμει της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες, οι φορείς εκμετάλλευσης δεν θα πρέπει να παρουσιάζουν διαφημίσεις στη διεπαφή τους βάσει κατάρτισης προφίλ, όπως η έννοια αυτή ορίζεται στο άρθρο 4 σημείο 4 του ΓΚΠΔ, με τη χρήση δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα του αποδέκτη της υπηρεσίας, όταν γνωρίζουν με εύλογη βεβαιότητα ότι ο αποδέκτης της υπηρεσίας είναι ανήλικος, βλ. άρθρο 28 παράγραφος 2 της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες.

οποία δεν συνεπάγεται τη συγκατάθεση στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για πρόσθετους σκοπούς¹⁰¹.

4.2.1.4 Αιρεσιμότητα

114. Δυνάμει του άρθρου 7 παράγραφος 4 του ΓΚΠΔ, όταν εκτιμάται αν η συγκατάθεση είναι ελεύθερη, λαμβάνεται ιδιαίτερως υπόψη αν ζητείται από τα υποκείμενα των δεδομένων να συγκατατεθούν σε δραστηριότητες επεξεργασίας οι οποίες δεν είναι αντικειμενικά αναγκαίες για τη σύμβαση¹⁰² προκειμένου να αποκτήσουν πρόσβαση στην υπηρεσία¹⁰³.
115. Το ΕΣΠΔ έχει επισημάνει στις κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τη συγκατάθεση ότι ο υπεύθυνος επεξεργασίας μπορεί να ισχυριστεί ότι παρέχει στα υποκείμενα των δεδομένων πραγματική επιλογή, εάν αυτά είναι σε θέση να επιλέξουν μεταξύ, αφενός, εκδοχής της υπηρεσίας η οποία περιλαμβάνει τη συγκατάθεση στη χρήση δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για πρόσθετους σκοπούς και, αφετέρου, ισοδύναμης εκδοχής της υπηρεσίας η οποία παρέχεται από τον ίδιο υπεύθυνο επεξεργασίας και δεν περιλαμβάνει τη συγκατάθεση στη χρήση δεδομένων για πρόσθετους σκοπούς, και ότι, εάν είναι δυνατή η παροχή της υπηρεσίας χωρίς συγκατάθεση στην άλλη χρήση δεδομένων, δεν υφίσταται πλέον υπηρεσία υπό αίρεση¹⁰⁴.
116. Το ΔΕΕ έκρινε πρόσφατα με την απόφαση Bundeskartellamt ότι, εάν οι πράξεις επεξεργασίας δεδομένων δεν είναι απολύτως αναγκαίες για την εκτέλεση της σύμβασης, οι χρήστες πρέπει να διαθέτουν την ελευθερία να αρνηθούν τη συγκατάθεση σε τέτοιες πράξεις επεξεργασίας χωρίς να είναι αναγκασμένοι να παραιτηθούν πλήρως από τη χρήση της υπηρεσίας¹⁰⁵. Συναφώς, στην απόφαση του ΔΕΕ μνημονεύεται η υποχρέωση να αντιπροτείνεται «μια αντίστοιχη εναλλακτική που δεν θα συνεπάγεται τη διενέργεια τέτοιων πράξεων επεξεργασίας» («εν ανάγκη έναντι κατάλληλης αμοιβής»)¹⁰⁶.
117. Η ως άνω κρίση του ΔΕΕ δείχνει ότι τα μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής» δεν απαγορεύονται καταρχήν. Συγχρόνως, το ΔΕΕ δεν εξήγησε αναλυτικότερα την έννοια των φράσεων «αντίστοιχη εναλλακτική» και «εν ανάγκη έναντι κατάλληλης αμοιβής». Επομένως, το ΕΣΠΔ επιθυμεί να αποσαφηνίσει ότι ερμηνεύει το συγκεκριμένο τμήμα της απόφασης του ΔΕΕ υπό την έννοια ότι στα υποκείμενα των δεδομένων που επιλέγουν να μη συγκατατεθούν πρέπει να προτείνεται «αντίστοιχη εναλλακτική λύση»: με τον τρόπο αυτόν μπορεί να αποφευχθεί κατάσταση στην οποία τα υποκείμενα

¹⁰¹ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 38.

¹⁰² Κατευθυντήριες γραμμές 2/2019 του ΕΣΠΔ για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο β) του ΓΚΠΔ στο πλαίσιο της παροχής επιγραμμικών υπηρεσιών σε υποκείμενα δεδομένων, έκδοση 2.0, εκδόθηκε στις 8 Οκτωβρίου 2019 [στο εξής: κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ όσον αφορά το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο β) του ΓΚΠΔ], σημεία 30-33.

¹⁰³ Συναφώς βλ. επίσης αιτιολογική σκέψη 43 του ΓΚΠΔ και κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημεία 25-41.

¹⁰⁴ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 37.

¹⁰⁵ Απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt, σκέψη 150. Στη σκέψη 102, στην ενότητα στην οποία εξετάζεται το ζήτημα της δυνατότητας εφαρμογής του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο β) ως νόμιμης βάσης για την επεξεργασία, το ΔΕΕ εκτιμά επίσης ότι η παροχή εξατομικευμένου περιεχομένου είναι μεν «χρήσιμη για τον χρήστη», πλην όμως «δεν παρίσταται απαραίτητη για την προσφορά στον χρήστη των υπηρεσιών του ηλεκτρονικού μέσου κοινωνικής δικτύωσης» και, επομένως, οι εν λόγω υπηρεσίες «μπορούν, εν ανάγκη, να του παρασχεθούν υπό κάποια εναλλακτική μορφή η οποία δεν θα συνεπάγεται τέτοια εξατομίκευση, όπερ σημαίνει ότι αυτή δεν είναι αντικειμενικώς αναγκαία για την επίτευξη σκοπού άρρηκτα συνδεδεμένου με τις εν λόγω υπηρεσίες».

¹⁰⁶ Απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt, σκέψη 150.

των δεδομένων θα βρεθούν αντιμέτωπα με αιρεσιμότητα η οποία θα έχει ως αποτέλεσμα μη έγκυρη συγκατάθεση. Συναφώς, γίνεται παραπομπή στο σημείο 73.

118. Ωστόσο, η ανωτέρω κρίση του ΔΕΕ αφορά κυρίως την πτυχή της αιρεσιμότητας. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι πληρούνται όλες οι προϋποθέσεις της ελεύθερης, και γενικά έγκυρης, συγκατάθεσης. Ως εκ τούτου, θα πρέπει πάντοτε να διενεργείται κατά περίπτωση αξιολόγηση του κύρους της συγκατάθεσης.

4.2.1.4.1 Παροχή «ισοδύναμης εναλλακτικής λύσης»

119. Το ΕΣΠΔ επιθυμεί να διατυπώσει κριτήρια τα οποία μπορούν να συμβάλουν στην αξιολόγηση του αν εναλλακτική εκδοχή της υπηρεσίας πρέπει να θεωρηθεί αντίστοιχη προς την εκδοχή της υπηρεσίας που παρέχεται υπό την προϋπόθεση της συγκατάθεσης στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης (στο εξής στην παρούσα ενότητα: **εκδοχή της υπηρεσίας με συμπεριφορική διαφήμιση**). Συναφώς, το ΕΣΠΔ έχει υπογραμμίσει ότι «οι δύο υπηρεσίες πρέπει να είναι πραγματικά ισοδύναμες»¹⁰⁷.
120. Το ΕΣΠΔ έχει επισημαίνει ότι δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι η συγκατάθεση είναι ελεύθερη εάν ο υπεύθυνος επεξεργασίας ισχυρίζεται ότι υφίσταται επιλογή μεταξύ της υπηρεσίας που παρέχει (η οποία περιλαμβάνει τη συγκατάθεση στη χρήση δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για πρόσθετους σκοπούς) και ισοδύναμης υπηρεσίας η οποία παρέχεται από άλλον υπεύθυνο επεξεργασίας, δεδομένου ότι η ελευθερία επιλογής θα εξαρτάται από το τι πράττουν άλλοι παράγοντες της αγοράς και από το αν μεμονωμένο υποκείμενο δεδομένων θα θεωρήσει πραγματικά ισοδύναμες τις υπηρεσίες του άλλου υπευθύνου επεξεργασίας¹⁰⁸. Επομένως, στο πλαίσιο αυτό, στην παρούσα γνώμη γίνεται λόγος για **εναλλακτική εκδοχή της υπηρεσίας που παρέχει ο ίδιος υπεύθυνος επεξεργασίας**, η οποία δεν περιλαμβάνει τη συγκατάθεση στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης (στο εξής στην παρούσα ενότητα: **εναλλακτική εκδοχή της υπηρεσίας**).
121. Εάν η εναλλακτική εκδοχή της υπηρεσίας διαφέρει από την εκδοχή της υπηρεσίας με τη συμπεριφορική διαφήμιση μόνον στον βαθμό που είναι αναγκαίο, ως αποτέλεσμα της αδυναμίας του υπευθύνου επεξεργασίας να επεξεργαστεί δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης, μπορεί καταρχήν να θεωρηθεί ισοδύναμη.
122. Σε άλλες περιπτώσεις, η αξιολόγηση μπορεί να εξαρτάται από το αν, σε σύγκριση με την εκδοχή της υπηρεσίας με τη συμπεριφορική διαφήμιση, η εναλλακτική εκδοχή της υπηρεσίας περιέχει κατ' ουσία τα ίδια στοιχεία και τις ίδιες λειτουργίες. Μολονότι υπάρχει αντιστοιχία εάν η εναλλακτική εκδοχή της υπηρεσίας περιέχει καταρχήν τα ίδια χαρακτηριστικά και τις ίδιες λειτουργίες (λειτουργική ισοδυναμία), δεν είναι υποχρεωτικό η εναλλακτική εκδοχή της υπηρεσίας και η εκδοχή της υπηρεσίας με τη συμπεριφορική διαφήμιση να είναι απολύτως πανομοιότυπες.
123. Εάν, συγκρινόμενη με την εκδοχή της υπηρεσίας με συμπεριφορική διαφήμιση, η εναλλακτική εκδοχή της υπηρεσίας δεν είναι διαφορετική ή υποβαθμισμένης ποιότητας και εάν δεν έχει καταργηθεί οποιαδήποτε λειτουργία (εκτός εάν οποιαδήποτε αλλαγή είναι άμεση συνέπεια της αδυναμίας του υπευθύνου επεξεργασίας να επεξεργαστεί δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα για τους σκοπούς για

¹⁰⁷ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 37.

¹⁰⁸ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 38.

τους οποίους ζήτησε τη συγκατάθεση)¹⁰⁹, είναι πιθανό ότι η εναλλακτική εκδοχή της υπηρεσίας μπορεί να θεωρηθεί ως πραγματικά ισοδύναμη της εκδοχής της υπηρεσίας με τη συμπεριφορική διαφήμιση.

124. Όσο περισσότερο η εναλλακτική εκδοχή της υπηρεσίας διαφέρει από την εκδοχή της υπηρεσίας με τη συμπεριφορική διαφήμιση, τόσο λιγότερο πιθανό είναι να θεωρηθεί η εναλλακτική εκδοχή της υπηρεσίας ως πραγματικά ισοδύναμη, μολονότι η αξιολόγηση αυτή πρέπει να πραγματοποιείται κατά περίπτωση.
125. Η ισοδυναμία, υπό την έννοια του «ισάξιου», έχει δύο εκφάνσεις. Αφενός, όπως προαναφέρθηκε, εάν η εναλλακτική εκδοχή της υπηρεσίας είναι κατώτερης ποιότητας ή διαθέτει λιγότερες λειτουργικότητες από ό,τι η εκδοχή της υπηρεσίας με τη συμπεριφορική διαφήμιση, οι χρήστες δεν θα έχουν πραγματική επιλογή.
126. Αφετέρου, η δυνατότητα συμπερίληψης πρόσθετων λειτουργικοτήτων στην εναλλακτική εκδοχή της υπηρεσίας θα πρέπει να αξιολογείται με προσοχή: τούτο συμβαίνει επειδή η πραγματική ισοδυναμία μεταξύ των εκδοχών της υπηρεσίας, όπως περιγράφεται ανωτέρω, πρέπει να διατηρείται, οι δε χρήστες πρέπει να είναι σε θέση να έχουν πραγματική επιλογή.
127. Αξίζει να σημειωθεί ότι το ΔΕΕ παραπέμπει στην παροχή ισοδύναμης εναλλακτικής λύσης «**που δεν θα συνεπάγεται τη διενέργεια τέτοιων πράξεων επεξεργασίας**»¹¹⁰, δηλαδή πράξεων επεξεργασίας δεδομένων που δεν είναι αναγκαίες για την παροχή της υπηρεσίας και στηρίζονται σε συγκατάθεση. Επομένως, δεδομένου ότι η επεξεργασία για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης δεν είναι αναγκαία για την παροχή της υπηρεσίας και στηρίζεται σε συγκατάθεση, η εν λόγω επεξεργασία πρέπει να παραλειφθεί στην εναλλακτική εκδοχή της υπηρεσίας. Το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι τούτο δεν περιορίζεται στην προβολή εξατομικευμένων διαφημίσεων στα υποκείμενα των δεδομένων βάσει του προφίλ τους, όπως επισημάνθηκε στον ορισμό της συμπεριφορικής διαφήμισης στην ενότητα 2.1.2. Αφορά, αντιθέτως, τις διαφορετικές δραστηριότητες επεξεργασίας τις οποίες οι υπεύθυνοι επεξεργασίας εκτελούν για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης, αρχής γενομένης από την αρχική παρακολούθηση των χρηστών για τέτοιο σκοπό. Ως εκ τούτου, η εναλλακτική εκδοχή της υπηρεσίας θα πρέπει καταρχήν να μην περιλαμβάνει τις πράξεις επεξεργασίας που θα εκτελούνταν ως προαπαιτούμενο της επεξεργασίας για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης¹¹¹.
128. Ωστόσο, το ΕΣΠΔ υπογραμμίζει ότι σε περίπτωση που οι υπεύθυνοι επεξεργασίας πραγματοποιούν παρακολούθηση, στο πλαίσιο της εναλλακτικής εκδοχής της υπηρεσίας, για σκοπούς διαφορετικούς από τους σκοπούς της συμπεριφορικής διαφήμισης, π.χ. για σκοπούς ασφάλειας, τέτοιες διαδικασίες επεξεργασίας δεν είναι υποχρεωτικό να απαλείφονται, υπό τον όρο ότι συμμορφώνονται με τις απαιτήσεις που προβλέπονται από τον ΓΚΠΔ, συμπεριλαμβανομένης της απαίτησης ύπαρξης

¹⁰⁹ Βλ. επίσης αιτιολογικές σκέψεις 36 και 37 της πράξης για τις ψηφιακές αγορές: η πράξη για τις ψηφιακές αγορές παρέχει καθοδήγηση όσον αφορά τις προϋποθέσεις ισοδυναμίας μιας υπηρεσίας, με τη διευκρίνιση ότι «η λιγότερο εξατομικευμένη εναλλακτική λύση δεν θα πρέπει να είναι διαφορετική ή υποβαθμισμένης ποιότητας σε σύγκριση με την υπηρεσία που παρέχεται στους τελικούς χρήστες που χορηγούν τη συγκατάθεσή του». Μολονότι η πράξη για τις ψηφιακές αγορές είναι ουδέτερη όσον αφορά την ενδεχόμενη φύση μιας «λιγότερο εξατομικευμένης» εναλλακτικής λύσης, οι αρχές που καθορίζονται σε αυτήν είναι χρήσιμες στο συγκεκριμένο πλαίσιο. Βλ. επίσης ενότητα 4.2.1.2 («Ζημία»).

¹¹⁰ Απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt, σκέψη 150.

¹¹¹ Τα σχετικά στάδια μπορεί να περιλαμβάνουν την παρατήρηση της συμπεριφοράς του χρήστη και τη συλλογή των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που είναι αναγκαία για τη συμπεριφορική διαφήμιση.

κατάλληλης νόμιμης βάσης δυνάμει του άρθρου 6 του ΓΚΠΔ και του άρθρου 5 παράγραφος 3 της οδηγίας για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες.

129. Επιπροσθέτως, όπως επισημαίνεται στην ενότητα 4.2.2 σχετικά με την «εν πλήρει επιγνώσει συγκατάθεση», η τήρηση των αρχών της διαφάνειας και της αντικειμενικότητας¹¹² και η εκπλήρωση των υποχρεώσεων διαφάνειας έχουν καθοριστική σημασία επίσης για τον σκοπό της διασφάλισης της πραγματικής επιλογής του χρήστη. Ως εκ τούτου, ο χρήστης πρέπει να είναι σε θέση να συγκρίνει πλήρως όλες τις εναλλακτικές λύσεις που προτείνει ο υπεύθυνος επεξεργασίας. Ο χρήστης θα πρέπει να κατανοεί τις συνέπειες της συγκατάθεσης στην επεξεργασία για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης, η οποία οδηγεί στη χρήση της εκδοχής της υπηρεσίας με συμπεριφορική διαφήμιση, και της επιλογής της εναλλακτικής εκδοχής της υπηρεσίας. Ο χρήστης θα πρέπει επίσης να είναι σε θέση να κατανοήσει τις συνέπειες της επιλογής του όσον αφορά τις συγκεκριμένες πράξεις επεξεργασίας που πραγματοποιούνται σε κάθε περίπτωση και τις λεπτομέρειες των προτεινόμενων εναλλακτικών επιλογών.

4.2.1.4.2 «Εν ανάγκη έναντι κατάλληλης αμοιβής»

130. Το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει, καταρχάς, ότι **τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα δεν μπορούν να θεωρηθούν εμπορεύσιμα αγαθά**¹¹³. Το δικαίωμα στην προστασία των δεδομένων κατοχυρώνεται, μεταξύ άλλων, στο άρθρο 8 του Χάρτη και είναι ένα δικαίωμα το οποίο ισχύει για όλους, ανεξαρτήτως πληρωμής ή οικονομικής κατάστασης.
131. Μολονότι το κείμενο στην αγγλική γλώσσα της απόφασης του ΔΕΕ κάνει λόγο για κατάλληλη αμοιβή η οποία μπορεί να ζητηθεί εν ανάγκη («if necessary») από τους χρήστες που δεν συγκατατίθενται στην επεξεργασία, οι άλλες γλωσσικές αποδόσεις χρησιμοποιούν διαφορετική ορολογία για το συγκεκριμένο στοιχείο της αξιολόγησης. Για παράδειγμα, στο κείμενο στη γαλλική γλώσσα χρησιμοποιείται η φράση «le cas échéant», στο δε κείμενο στη γερμανική γλώσσα χρησιμοποιείται ο όρος «gegebenfalls». Το ΕΣΠΔ εκτιμά **ότι, για την επιβολή τέλους, θα πρέπει να συντρέχουν ορισμένες περιστάσεις**, λαμβανομένων υπόψη τόσο των ενδεχόμενων εναλλακτικών λύσεων στη συμπεριφορική διαφήμιση που συνεπάγονται την επεξεργασία λιγότερων δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα όσο και της θέσης των υποκειμένων των δεδομένων. Τούτο συνάγεται από **τους όρους «εν ανάγκη» και «κατάλληλη»**, οι οποίοι δεν θα πρέπει, ωστόσο, να ερμηνεύονται υπό την έννοια ότι η επιβολή τέλους πρέπει να είναι «αναγκαία» κατά την έννοια του άρθρου 52 παράγραφος 1 του Χάρτη και της νομοθεσίας της ΕΕ για την προστασία των δεδομένων. Η ως άνω διατύπωση θα πρέπει να ερμηνεύεται κατά τρόπο συμβατό με τις διάφορες γλωσσικές αποδόσεις της απόφασης του ΔΕΕ.
132. Με άλλα λόγια, **οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να αξιολογούν, κατά περίπτωση, τόσο αν ενδείκνυται η επιβολή τέλους όσο και αν το ύψος του τέλους είναι κατάλληλο υπό τις συγκεκριμένες περιστάσεις, έχοντας υπόψη τις απαιτήσεις της έγκυρης συγκατάθεσης στο πλαίσιο του ΓΚΠΔ καθώς και την αναγκαιότητα να αποφευχθεί η μετατροπή του θεμελιώδους δικαιώματος της προστασίας των δεδομένων σε χαρακτηριστικό διαθέσιμο στα υποκείμενα των δεδομένων μόνον με την πληρωμή τέλους ή σε προνομιακό χαρακτηριστικό το οποίο προορίζεται μόνο για τους εύπορους ή τους ευκατάστατους.**
133. Μολονότι η απόφαση Bundeskartellamt δεν προσδιορίζει τα στοιχεία στα οποία θα πρέπει να στηρίζεται η αξιολόγηση της καταλληλότητας, το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι το ζήτημα του τι συνιστά

¹¹² Βλ. άρθρο 5 παράγραφος 1 στοιχείο α) του ΓΚΠΔ.

¹¹³ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ όσον αφορά το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο β) του ΓΚΠΔ, σημείο 54· οδηγία 2019/770, αιτιολογική σκέψη 24.

έγκυρη συγκατάθεση συνεπάγεται αξιολόγηση στο πλαίσιο της νομοθεσίας για την προστασία των δεδομένων. Τούτο σημαίνει ότι **η αξιολόγηση του κύρους της συγκατάθεσης θα πρέπει να βασίζεται στις αρχές προστασίας των δεδομένων και στους σκοπούς τους οποίους επιδιώκει ο ΓΚΠΔ.**

134. Όταν οι υπεύθυνοι επεξεργασίας προτείνουν υπηρεσία επί πληρωμή ως εναλλακτική λύση σε υπηρεσία που συνεπάγεται συμπεριφορική διαφήμιση βασισμένη στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για την οποία απαιτείται συγκατάθεση, θα πρέπει, μεταξύ άλλων, **να διασφαλίζουν ότι το τέλος δεν εμποδίζει τα υποκείμενα των δεδομένων να μην παράσχουν τη συγκατάθεσή τους ούτε τα αναγκάζει να συγκατατεθούν.** Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να αξιολογούν αν προτείνουν **πραγματική επιλογή στα υποκείμενα των δεδομένων και δεν παρακινούν τα υποκείμενα των δεδομένων να συγκατατεθούν.** Η επιβολή τέλους θα πρέπει να σέβεται την **αυτονομία** των υποκειμένων των δεδομένων, τα οποία θα πρέπει να έχουν πραγματική επιλογή να συγκατατεθούν ή όχι. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να αξιολογούν αν το τέλος που καταβάλλεται για την επί πληρωμή εκδοχή της υπηρεσίας παρέχει στα υποκείμενα των δεδομένων τη δυνατότητα να συγκατατίθενται έγκυρα στην επεξεργασία των δεδομένων τους προσωπικού χαρακτήρα για εκδοχή της υπηρεσίας η οποία συνεπάγεται συμπεριφορική διαφήμιση.
135. Όταν εξακριβώνουν αν το τέλος μπορεί να παρεμποδίζει τη δυνατότητα του υποκειμένου των δεδομένων να συγκατατεθεί, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να αποδίδουν ιδιαίτερη προσοχή στις αρχές της επεξεργασίας δεδομένων που προβλέπονται στο άρθρο 5 του ΓΚΠΔ. Η **αντικειμενικότητα** θα πρέπει να είναι καθοδηγητική αρχή¹¹⁴ για τον καθορισμό του κατάλληλου τέλους σε συγκεκριμένη περίπτωση. Η παροχή πρόσθετων επιλογών στα υποκείμενα των δεδομένων, όπως εκτέθηκε στην ενότητα 4.2.1.1, καθιστά ευχερέστερη τη δικαιολόγηση, ως εύλογου, του τέλους που επιβάλλεται για την πρόσβαση στην υπηρεσία σε χρήστες που δεν συγκατατίθενται στην επεξεργασία, καθώς αυξάνεται η ελευθερία επιλογής των χρηστών.
136. Η **αρχή της λογοδοσίας** του άρθρου 5 παράγραφος 2 του ΓΚΠΔ είναι καθοριστικής σημασίας συναφώς. Οι επιχειρήσεις μπορούν να καθορίζουν ελεύθερα τις τιμές τους και να επιλέγουν τη διάρθρωση των μοντέλων εσόδων τους, πλην όμως το δικαίωμα αυτό θα πρέπει να σταθμίζεται με το θεμελιώδες δικαίωμα των φυσικών προσώπων στην προστασία των δεδομένων τους προσωπικού χαρακτήρα. Η αρχή της λογοδοσίας συνεπάγεται ότι οι υπεύθυνοι επεξεργασίας οφείλουν να διασφαλίζουν και να τεκμηριώνουν την παροχή ελεύθερης συγκατάθεσης, εάν επιβάλλουν τέλος για την πρόσβαση στην εκδοχή της υπηρεσίας που δεν συνεπάγεται συμπεριφορική διαφήμιση. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να τεκμηριώνουν τις επιλογές τους και την αξιολόγηση της καταλληλότητας του συγκεκριμένου τέλους στη συγκεκριμένη περίπτωση ώστε να αποδεικνύουν ότι η επιβολή του τέλους δεν υπονομεύει πραγματικά τη δυνατότητα παροχής ελεύθερης συγκατάθεσης στη συγκεκριμένη περίπτωση.
137. Όπως υπομνήσθηκε στο σημείο 32 ανωτέρω, **καθήκον των εποπτικών αρχών είναι η επιβολή της εφαρμογής του ΓΚΠΔ, συμπεριλαμβανομένων των απαιτήσεων της έγκυρης συγκατάθεσης.** Τούτο μπορεί να αφορά επίσης τον αντίκτυπο οποιουδήποτε τέλους στην ελευθερία επιλογής των υποκειμένων των δεδομένων. Μολονότι απόκειται στους υπευθύνους επεξεργασίας να καθορίζουν το καθαυτό ύψος του τέλους, εάν οι εποπτικές αρχές διαπιστώσουν ότι η συγκατάθεση δεν παρέχεται ελεύθερα ή ότι η αρχή της λογοδοσίας παραβιάστηκε, μπορούν να επέμβουν και να επιβάλουν τη λήψη διορθωτικών μέτρων. Συναφώς, οι εποπτικές αρχές είναι αρμόδιες να επανεξετάζουν ή να αξιολογούν την εκτίμηση καταλληλότητας που διενήργησαν οι υπεύθυνοι επεξεργασίας. Απόκειται

¹¹⁴ Συναφώς, βλ. κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σύμφωνα με το άρθρο 25 «Προστασία των δεδομένων ήδη από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού», έκδοση 2.0, σημείο 70.

στις εποπτικές αρχές να εξακριβώνουν την έκταση στην οποία πρέπει να διερευνήσουν το συγκεκριμένο ζήτημα¹¹⁵.

138. Το ΕΣΠΔ υπογραμμίζει ότι η επιβολή του ΓΚΠΔ αποτελεί καθήκον των εποπτικών αρχών. Η αξιολόγηση του αν η συγκατάθεση είναι έγκυρη και παρασχέθηκε ελεύθερα δεν είναι καθήκον το οποίο μπορεί να ανατεθεί σε τρίτο. Ωστόσο, υπάρχουν πολλές περιπτώσεις στις οποίες οι εποπτικές αρχές μπορούν να ωφεληθούν αν ζητήσουν τη γνώμη αρχών σε άλλους τομείς του δικαίου, συμπεριλαμβανομένων ειδικότερα αρχών προστασίας των καταναλωτών και αρχών ανταγωνισμού, σύμφωνα με την αρχή της καλόπιστης συνεργασίας του άρθρου 4 παράγραφος 3 της ΣΕΕ, όπως υπογράμμισε πρόσφατα το ΔΕΕ¹¹⁶. Κατά περίπτωση, οι εποπτικές αρχές μπορεί να επιλέξουν να ζητήσουν τη γνώμη τέτοιων αρχών κατά την άσκηση των καθηκόντων τους. Όταν οι εποπτικές αρχές εφαρμόζουν ή ερμηνεύουν νομοθεσία σε τομείς του δικαίου της Ένωσης που τελούν υπό την εποπτεία άλλων αρχών ενδέχεται να υποχρεούνται από τη νομοθεσία να ζητήσουν τη γνώμη των εν λόγω άλλων αρχών.

4.2.1.5 Λεπτομερής ανάλυση

139. Μια άλλη προϋπόθεση σχετική με την ελεύθερη συγκατάθεση αφορά τη λεπτομερή ανάλυση. Η λεπτομερής ανάλυση είναι βασικό στοιχείο για την αξιολόγηση τους επαρκούς διαχωρισμού των σκοπών. Όταν του προτείνεται ένα μοντέλο «συγκατάθεσης ή πληρωμής», το υποκείμενο των δεδομένων θα πρέπει να μπορεί να επιλέγει ελεύθερα τον/τους επιμέρους σκοπό/-ούς που αποδέχεται και να μην υποχρεούται να συγκατατεθεί σε ένα σύνολο σκοπών επεξεργασίας. Παραπομπή στη λεπτομερή ανάλυση στον ΓΚΠΔ περιέχεται στην αιτιολογική σκέψη του 43, στην οποία διευκρινίζεται ότι η συγκατάθεση θεωρείται ότι δεν έχει παρασχεθεί ελεύθερα, εάν το αίτημα παροχής συγκατάθεσης δεν παρέχει στα υποκείμενα των δεδομένων τη δυνατότητα να συγκατατεθούν χωριστά για τους διάφορους σκοπούς της επεξεργασίας¹¹⁷. Η λεπτομερής ανάλυση συνδέεται στενά με την απαίτηση να είναι η συγκατάθεση συγκεκριμένη, όπως αναλύεται περαιτέρω στην ενότητα 4.2.3¹¹⁸. Όπως έχει επισημάνει στο παρελθόν το ΕΣΠΔ, «[ό]ταν η επεξεργασία δεδομένων επιδιώκει περισσότερους σκοπούς, η λύση για τη συμμόρφωση προς τις προϋποθέσεις έγκυρης συγκατάθεσης έγκειται στη λεπτομερή ανάλυση, δηλαδή στον διαχωρισμό των σκοπών αυτών και στην εξασφάλιση συγκατάθεσης για κάθε επιμέρους σκοπό»¹¹⁹.
140. Η λεπτομερής ανάλυση της συγκατάθεσης σε σχέση με τη συμπεριφορική διαφήμιση εκ μέρους μεγάλων επιγραμμικών πλατφορμών χρήζει ιδιαίτερης προσοχής, δεδομένου ότι η πολύπλοκη δυναμική της κατάστασης συνεπάγεται σημαντικές δυσχέρειες. Στο πλαίσιο αυτό, επισημαίνεται ότι οι επιγραμμικές πλατφόρμες που περιλαμβάνουν συμπεριφορική διαφήμιση χρησιμοποιούν τεχνικά προηγμένη υποδομή, η οποία είναι συχνά μέρος ενός ψηφιακού οικοσυστήματος στο οποίο

¹¹⁵ Βλ. άρθρο 57 παράγραφος 1 στοιχείο στ) του ΓΚΠΔ, το οποίο είναι επίσης σημαντικό για τις έρευνες που διεξάγονται αυτεπαγγέλτως.

¹¹⁶ Απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt, σκέψη 53: «Κατά πάγια νομολογία, δυνάμει της αρχής αυτής, τα κράτη μέλη, περιλαμβανομένων των διοικητικών τους αρχών, οφείλουν, στους τομείς που διέπονται από το δίκαιο της Ένωσης, να σέβονται το ένα το άλλο και να αλληλοβοηθούνται κατά την εκπλήρωση των καθηκόντων που υπέχουν από τις Συνθήκες, να λαμβάνουν κάθε μέτρο ικανό να διασφαλίσει την εκτέλεση των υποχρεώσεων που απορρέουν ιδίως από πράξεις των ενωσιακών θεσμικών οργάνων, καθώς και να απέχουν από κάθε μέτρο ικανό να θέσει σε κίνδυνο την υλοποίηση των στόχων της Ένωσης».

¹¹⁷ Κατά την αιτιολογική σκέψη 32 του ΓΚΠΔ, «[η] συγκατάθεση θα πρέπει να καλύπτει το σύνολο των δραστηριοτήτων επεξεργασίας που διενεργείται για τον ίδιο σκοπό ή για τους ίδιους σκοπούς. Όταν η επεξεργασία έχει πολλαπλούς σκοπούς, θα πρέπει να δίνεται συγκατάθεση για όλους αυτούς τους σκοπούς».

¹¹⁸ Βλ. κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημεία 42 και 55.

¹¹⁹ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 44.

πολλαπλά σημεία δεδομένων προερχόμενα από διαφορετικές πηγές είναι πολύ πιθανό να συνδυάζονται, αναλύονται και μπορεί να δημοπρατούνται σε πραγματικό χρόνο. Λαμβανομένων υπόψη των διαφόρων δυναμικών, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας δεν μπορούν να ζητούν από τα υποκείμενα δεδομένων την παροχή γενικής συγκατάθεσης για περισσότερους διαφορετικούς σκοπούς, π.χ. εξατομίκευση περιεχομένου, εξατομίκευση διαφημίσεων, ανάπτυξη υπηρεσιών, βελτίωση υπηρεσιών, μέτρηση κοινού. Στο ίδιο πνεύμα, το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι τα υποκείμενα των δεδομένων θα πρέπει να μπορούν να επιλέγουν ελεύθερα τους σκοπούς τους οποίους αποδέχονται και να μην υποχρεούνται να απαντήσουν σε αίτημα συγκατάθεσης το οποίο περιλαμβάνει πολλούς σκοπούς. Συναφώς, θα πρέπει να δίνεται έμφαση στη διαφοροποίηση των σκοπών που σχετίζονται με τη λειτουργικότητα της υπηρεσίας από τους σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης, καθώς και των σχετικών πράξεων επεξεργασίας¹²⁰. Οι παρατηρήσεις που διατυπώνονται επ' αυτού στις ενότητες 4.2.2 και 4.2.3 σχετικά με την εν πλήρει επιγνώσει και τη συγκεκριμένη συγκατάθεση έχουν επίσης σημασία στην περίπτωση αυτή.

4.2.2 Εν πλήρει επιγνώσει συγκατάθεση

141. Η αιτιολογική σκέψη 42 του ΓΚΠΔ περιέχει ρητή αναφορά στην εν πλήρει επιγνώσει συγκατάθεση: «[γ]ια να θεωρηθεί η συγκατάθεση εν επιγνώσει, το υποκείμενο των δεδομένων θα πρέπει να γνωρίζει τουλάχιστον την ταυτότητα του υπευθύνου επεξεργασίας και τους σκοπούς της επεξεργασίας για την οποία προορίζονται τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα».
142. Η παροχή ενημέρωσης στα υποκείμενα των δεδομένων **πριν από τη λήψη της συγκατάθεσής τους** είναι καθοριστικής σημασίας ώστε να μπορούν να λάβουν αποφάσεις εν πλήρει επιγνώσει και να κατανοούν σε τι συμφωνούν. Εάν ο υπεύθυνος επεξεργασίας δεν παρέχει προσιτές πληροφορίες, ο έλεγχος του χρήστη καθίσταται πλασματικός και η συγκατάθεση θα είναι ανίσχυρη.
143. Ως εκ τούτου, το υποκείμενο των δεδομένων πρέπει να ενημερώνεται για ορισμένα στοιχεία τα οποία είναι καθοριστικής σημασίας για μια πραγματική επιλογή. Ανάλογα με το πλαίσιο, ενδέχεται να απαιτείται η παροχή περισσότερων πληροφοριών ώστε το υποκείμενο των δεδομένων να μπορεί να **κατανοήσει πραγματικά τις οικείες πράξεις επεξεργασίας**¹²¹.
144. Δεδομένου ότι η προϋπόθεση της εν πλήρει επιγνώσει συγκατάθεσης σχετίζεται επίσης με τις γενικές αρχές της διαφάνειας, της αντικειμενικότητας και της λογοδοσίας, οι εν λόγω αρχές λαμβάνονται υπόψη όταν αξιολογούνται μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής» (βλ. ενότητα 4.1 ανωτέρω). Περαιτέρω, δεδομένου ότι οι προϋποθέσεις της εν πλήρει επιγνώσει και της συγκεκριμένης συγκατάθεσης αφορούν το επίπεδο και την ποιότητα της ενημέρωσης που πρέπει να παρέχεται στον υποκείμενο των δεδομένων, θα πρέπει να θεωρείται ότι η ενότητα 4.2.2 και η ενότητα 4.2.3 της παρούσας γνώμης είναι αμοιβαίως συμπληρωματικές.

¹²⁰ Ο σκοπός μπορεί να αφορά επίσης τεχνικές πράξεις επεξεργασίας οι οποίες συνδέονται άρρηκτα με τον σκοπό της διαφήμισης, όπως ανώτατο όριο συχνότητας εμφάνισης διαφήμισης ή μέτρηση της αποτελεσματικότητας διαφημιστικών εκστρατειών. Βλ. απάντηση του ΕΣΠΔ στην πρωτοβουλία της Επιτροπής σχετικά με οικειοθελή δέσμευση των επιχειρήσεων για την απλούστευση της διαχείρισης από τους καταναλωτές των cookies και των εξατομικευμένων διαφημιστικών επιλογών, σ. 7 του παραρτήματος.

¹²¹ Το ΕΣΠΔ επισημαίνει ότι το ΔΕΕ έχει εκδώσει απόφαση με την οποία διευκρίνισε ότι η εν λόγω ενημέρωση «πρέπει να παρέχει στο υποκείμενο των δεδομένων τη δυνατότητα να προσδιορίσει ευχερώς τις συνέπειες της συγκατάθεσης» και «να εξασφαλίζει ότι η συγκατάθεση αυτή δίδεται εν πλήρει γνώσει της κατάστασης». Απόφαση του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης, της 11ης Νοεμβρίου 2020, Orange România κατά Autoritatea Națională de Supraveghere a Prelucrării Datelor cu Caracter Personal (ANSPDCP), C-61/19, ECLI:EU:C:2020:901, σκέψη 40.

4.2.2.1 Απαιτήσεις περιεχομένου για να είναι η συγκατάθεση εν πλήρει επιγνώσει

145. Στο πλαίσιο των μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής», οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες θα πρέπει να καθορίζουν τις πληροφορίες που θα πρέπει να παρέχονται στα υποκείμενα των δεδομένων σχετικά με την επεξεργασία των δεδομένων τους προσωπικού χαρακτήρα για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης. Γενικά, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας οφείλουν, δυνάμει της αρχής της λογοδοσίας, να δημιουργήσουν και να τεκμηριώνουν μια διαδικασία ενημέρωσης η οποία παρέχει στα υποκείμενα των δεδομένων τη δυνατότητα να κατανοούν πλήρως και σαφώς την αξία, την έκταση και τις συνέπειες των ενδεχομένων επιλογών τους.
146. Με τη χρήση του όρου «τουλάχιστον» στην αιτιολογική σκέψη του 42, ο ΓΚΠΔ δεν παρέχει εξαντλητικό κατάλογο των πληροφοριών που πρέπει να διαβιβάζονται στο υποκείμενο των δεδομένων προκειμένου να διασφαλίζεται συγκατάθεση εν πλήρει επιγνώσει. Η ταυτότητα του υπευθύνου επεξεργασίας και η περιγραφή των σκοπών των δραστηριοτήτων επεξεργασίας αποτελούν ελάχιστες απαιτήσεις. Τέτοιες απαιτήσεις προσαρμόζονται κατά περίπτωση, ανάλογα με τις προβλεπόμενες από τον υπεύθυνο επεξεργασίας δραστηριότητες επεξεργασίας¹²².
147. Με τη φράση «το υποκείμενο των δεδομένων θα πρέπει να γνωρίζει», στην αιτιολογική σκέψη 42 του ΓΚΠΔ, καθιερώνεται υποχρέωση των υπευθύνων επεξεργασίας να διασφαλίζουν ότι οι χρήστες κατανοούν τι είδους επεξεργασία δεδομένων θα πραγματοποιήσει ο υπεύθυνος επεξεργασίας όταν οι χρήστες θα αρχίσουν να χρησιμοποιούν την υπηρεσία. Τούτο περιλαμβάνει την υποχρέωση ενημέρωσης των χρηστών για τις δραστηριότητες επεξεργασίας που εκτελούνται στο παρασκήνιο και τις οποίες ενδέχεται να μην γνωρίζουν. Εάν δεν παρασχεθεί η κατάλληλη ενημέρωση, ενδέχεται να υπάρχει ασυμμετρία ενημέρωσης, τα δε υποκείμενα των δεδομένων μπορεί να μην είναι σε θέση να προβλέψουν τον τρόπο με τον οποίο τα δεδομένα τους προσωπικού χαρακτήρα θα υποβληθούν σε επεξεργασία¹²³. Οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι τα υποκείμενα των δεδομένων κατανοούν σαφώς τις διαδικασίες επεξεργασίας και κάθε αλλαγή που τα επηρεάζει, για παράδειγμα όταν τέτοια πλατφόρμα αποφασίζει να εφαρμόσει μοντέλο «συγκατάθεσης ή πληρωμής».
148. Στο πλαίσιο της συμπεριφορικής διαφήμισης, είναι σημαντικό να παρέχεται ενημέρωση η οποία είναι επαρκώς αναλυτική, ώστε τα υποκείμενα των δεδομένων να μπορούν να κατανοούν τις πτυχές της υπηρεσίας στις οποίες συγκατατίθενται, διατηρώντας συγχρόνως τη δυνατότητα να μη συγκατατεθούν σε άλλες. Η αναλυτική ενημέρωση η οποία παρέχει τη δυνατότητα στα υποκείμενα των δεδομένων να ξεχωρίζουν τους διαφορετικούς σκοπούς επεξεργασίας αποτελεί απαίτηση της έγκυρης συγκατάθεσης. Συναφώς, οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες δεν θα πρέπει να ζητούν από τα υποκείμενα των δεδομένων να συγκατατεθούν σε δραστηριότητες επεξεργασίας ο σκοπός των οποίων δεν καθορίζεται κατάλληλα ή είναι ασαφής. Για παράδειγμα, το υποκείμενο των δεδομένων θα πρέπει να γνωρίζει σαφώς τους σκοπούς για τους οποίους συλλέγονται τα δεδομένα του, ποια δεδομένα συλλέγονται για κάθε σκοπό και τον λόγο συλλογής τους¹²⁴. Οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες δεν θα πρέπει να καθορίζουν τον σκοπό της δραστηριότητας επεξεργασίας με

¹²² Σχετικά με τις ελάχιστες απαιτήσεις περιεχομένου για να είναι η συγκατάθεση «εν πλήρει επιγνώσει», βλ. ενότητα 3.3.1 των κατευθυντήριων γραμμών του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση.

¹²³ Συναφώς, το ΕΣΠΔ επισημαίνει ότι το άρθρο 7 παράγραφοι 1 και 2 της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές (οδηγία 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά, ΕΕ C 526 της 29ης Δεκεμβρίου 2021, σ. 1 θεσπίζει υποχρέωση των εταιρειών να παρέχουν κάθε πληροφορία την οποία χρειάζεται ο μέσος καταναλωτής για να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση.

¹²⁴ Βλ. «Ελάχιστες απαιτήσεις περιεχομένου για να είναι η συγκατάθεση “εν πλήρει επιγνώσει”» στις κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημεία 64 και 65.

διατύπωση η οποία είναι υπερβολικά ευρεία ώστε το υποκείμενο των δεδομένων να μπορεί να κατανοήσει τις συνέπειες της επιλογής του (π.χ. «εμπορικοί σκοποί» ή «εξατομίκευση»). Οι παρατηρήσεις που διατυπώνονται στην ενότητα 4.2.3 σχετικά με τις απαιτήσεις συγκεκριμένης συγκατάθεσης έχουν επίσης σημασία συναφώς.

149. Οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες θα πρέπει να περιγράφουν με αντικειμενικό και διεξοδικό τρόπο τον σκοπό για τον οποίο ζητείται η συγκατάθεση. Για παράδειγμα, οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες δεν μπορούν να περιορίζουν την περιγραφή του σκοπού της επεξεργασίας στα πλεονεκτήματα που παρέχει στα υποκείμενα των δεδομένων (π.χ. πιο εξατομικευμένη εμπειρία), εάν η εν λόγω επεξεργασία έχει και άλλες συνέπειες για τα υποκείμενα των δεδομένων (π.χ. κατάρτιση προφίλ, παρεμβατική παρακολούθηση κ.λπ.).
150. Στο πλαίσιο μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής», οι επιλογές που προτείνονται στα υποκείμενα των δεδομένων πρέπει να αντιστοιχούν στην ενημέρωση που τους παρέχεται. Το υποκείμενο των δεδομένων πρέπει να γνωρίζει με σαφήνεια για ποιον ακριβώς λόγο θα πληρώσει τέλος και με ποιον τρόπο η πληρωμή τέλους θα επηρεάσει τη σχετική επεξεργασία δεδομένων. Όταν παρέχεται ενημέρωση σχετικά με το επιχειρηματικό μοντέλο του υπευθύνου επεξεργασίας για καθεμία από τις επιλογές, η εν λόγω ενημέρωση δεν θα πρέπει να υποκαθιστά τις πληροφορίες σχετικά με την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.
151. Επιπλέον, η συμπεριφορική διαφήμιση αφορά κατ' ανάγκη την κατάρτιση προφίλ για τις επιγραμμικές δραστηριότητες των υποκειμένων των δεδομένων και συνεπάγεται συχνά τη χρήση δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που αποκτώνται έμμεσα από το υποκείμενο των δεδομένων. Η διαδικασία κατάρτισης προφίλ περιλαμβάνει συχνά αδιαφανείς αλληλεπιδράσεις και ανταλλαγές δεδομένων μεταξύ του υπευθύνου επεξεργασίας και τρίτων. Τέτοια αδιαφάνεια ενδέχεται να υπάρχει, για παράδειγμα, στη διασταυρούμενη χρήση δεδομένων διαθέσιμων εντός και εκτός πλατφόρμας. Οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες μπορεί να επεξεργάζονται δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα τα οποία έχουν συλλέξει τόσο στην πλατφόρμα τους όσο και εκτός αυτής για σκοπούς κατάρτισης προφίλ. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας πρέπει να διασφαλίζουν ότι τα υποκείμενα των δεδομένων κατανοούν τις τεχνικές των διαδικασιών κατάρτισης προφίλ¹²⁵. Στο πλαίσιο αυτό, στην αιτιολογική σκέψη 60 του ΓΚΠΔ επισημαίνεται ότι η παροχή πληροφοριών σχετικά με την κατάρτιση προφίλ περιλαμβάνεται στις υποχρεώσεις διαφάνειας που ο υπεύθυνος επεξεργασίας υπέχει από το άρθρο 5 παράγραφος 1 στοιχείο α) του ΓΚΠΔ.
152. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να παρέχουν κατάλληλη ενημέρωση για κάθε εκδοχή της προτεινόμενης υπηρεσίας, ακόμη και όταν μία ή περισσότερες εκδοχές δεν απαιτούν συγκατάθεση για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης. Τούτο ισχύει επίσης για τη δωρεάν εναλλακτική λύση χωρίς συμπεριφορική διαφήμιση (βλ. ενότητα 4.2.1.1). Ο υπεύθυνος επεξεργασίας θα πρέπει να επιδεικνύει διαφάνεια σε σχέση με τη νομική βάση την οποία χρησιμοποιεί για την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα των υποκειμένων των δεδομένων σε καθεμία από τις επιλογές.
153. Οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες θα πρέπει να εξετάζουν, ειδικότερα, τα ακόλουθα στοιχεία όταν παρέχουν ενημέρωση στα υποκείμενα των δεδομένων:

¹²⁵ Ομάδα εργασίας του άρθρου 29, Κατευθυντήριες γραμμές για την αυτοματοποιημένη λήψη αποφάσεων και την κατάρτιση προφίλ για τους σκοπούς του κανονισμού 2016/679, WP251 rev.1, εγκρίθηκε 3 Οκτωβρίου 2017, όπως τελικώς αναθεωρήθηκε και εκδόθηκε στις 6 Φεβρουαρίου 2018, εγκρίθηκε από το ΕΣΠΔ στις 25 Μαΐου 2018 (στο εξής: κατευθυντήριες γραμμές της ομάδας εργασίας του άρθρου 29 για την αυτοματοποιημένη λήψη αποφάσεων), σ. 11.

- κατά περίπτωση, τους αποδέκτες ή τις κατηγορίες αποδεκτών των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα·
- κατά περίπτωση, το γεγονός ότι ο υπεύθυνος επεξεργασίας προτίθεται να διαβιβάσει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα σε τρίτη χώρα και το χρονικό διάστημα αποθήκευσης των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα·
- τη συλλογή και την επεξεργασία δεδομένων που διατηρεί ο υπεύθυνος επεξεργασίας ανεξαρτήτως της επιλογής του υποκειμένου των δεδομένων να συγκατατεθεί στη συμπεριφορική διαφήμιση·
- το δικαίωμα του υποκειμένου των δεδομένων να ανακαλέσει ανά πάσα στιγμή τη συγκατάθεσή του και τις συνέπειες της εν λόγω ανάκλησης· και
- τον συνδυασμό ή τη διασταυρούμενη χρήση δεδομένων, δηλαδή αν, και σε ποιον βαθμό, τα δεδομένα συγχωνεύονται με δεδομένα που συλλέγονται από άλλες υπηρεσίες (του ίδιου υπευθύνου επεξεργασίας) και δεδομένα που συλλέγονται από άλλους υπευθύνους επεξεργασίας.

4.2.2.2 Τρόπος παροχής των πληροφοριών

4.2.2.2.1 Χρόνος και προβολή ανακοινώσεων

154. Οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες θα πρέπει να παρέχουν πλήρη ενημέρωση πριν από την έναρξη της επεξεργασίας δεδομένων για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης. Μπορούν, για παράδειγμα, να παρουσιάζουν συνοπτικά τις διαφορές μεταξύ των προτεινόμενων επιλογών στο μοντέλο «συγκατάθεσης ή πληρωμής» και να παρέχουν τις πλήρεις και λεπτομερείς πληροφορίες ανά επιλογή μέσω διακριτών και χωριστών κουμπιών για κάθε επιλογή.
155. Οι συστάσεις που περιέχονται στις κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τα παραπλανητικά πρότυπα σχεδιασμού σε διεπαφές πλατφορμών μέσω κοινωνικής δικτύωσης είναι κρίσιμες προκειμένου να προσδιοριστεί ο τρόπος ανακοίνωσης των πληροφοριών στα υποκείμενα των δεδομένων¹²⁶. Επιπλέον, στα υποκείμενα των δεδομένων θα πρέπει να παρέχεται επαρκής χρόνος για να αφομοιώσουν τις πληροφορίες που λαμβάνουν¹²⁷.

4.2.2.2.2 Απαιτήσεις διαφάνειας

156. Οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες που εφαρμόζουν μοντέλο «συγκατάθεσης ή πληρωμής» θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τις κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τη διαφάνεια βάσει του ΓΚΠΔ¹²⁸.
157. Όσον αφορά τη γλώσσα που χρησιμοποιείται για την παροχή των πληροφοριών, τα στοιχεία της «συνοπτικής» και «απλής και σαφούς διατύπωσης» απαιτούν από τον υπεύθυνο επεξεργασίας να

¹²⁶ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τα παραπλανητικά πρότυπα σχεδιασμού.

¹²⁷ Συναφώς, βλ. επίσης κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τα παραπλανητικά πρότυπα σχεδιασμού, σημεία 43-48.

¹²⁸ Ομάδα εργασίας του άρθρου 29, Κατευθυντήριες αρχές σχετικά με τη διαφάνεια βάσει του κανονισμού 2016/679, WP260 rev.01, εκδόθηκαν στις 29 Νοεμβρίου 2017, όπως τελικώς αναθεωρήθηκαν και εκδόθηκαν στις 11 Απριλίου 2018, εγκρίθηκαν από το ΕΣΠΔ στις 25 Μαΐου 2018 (στο εξής: κατευθυντήριες γραμμές της ομάδας του άρθρου 29 σχετικά με τη διαφάνεια).

προσαρμόζει τη γλώσσα στα υποκείμενα των δεδομένων¹²⁹. Τούτο σημαίνει ότι οι πληροφορίες θα πρέπει να παρέχονται με σαφή και κατανοητό τρόπο για το κοινό-στόχο.

158. Προκειμένου να συμμορφώνεται με τις ανωτέρω απαιτήσεις διαφάνειας, ο υπεύθυνος επεξεργασίας θα πρέπει να αξιολογεί το είδος του κοινού που εξυπηρετεί. Μετά τον προσδιορισμό του κοινού, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να καθορίζουν την κατάλληλη γλωσσική και επικοινωνιακή προσέγγιση. Μέσω αυτής, θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι το κοινό κατανοεί την υπηρεσία και τον τρόπο με τον οποίο η χρήση της υπηρεσίας επηρεάζει τα δεδομένα τους προσωπικού χαρακτήρα.
159. Η διατύπωση που χρησιμοποιείται προσδιορίζει σαφώς τις συνέπειες της επιλογής του υποκειμένου των δεδομένων στην επεξεργασία των δεδομένων του προσωπικού χαρακτήρα¹³⁰. Για παράδειγμα, ο υπεύθυνος επεξεργασίας δεν εξηγεί στο υποκείμενο των δεδομένων μόνον ότι από την επιλογή του θα εξαρτηθεί η παρουσία ή η απουσία διαφημίσεων, αλλά επίσης ότι από την επιλογή του θα εξαρτηθεί αν, και σε ποια έκταση, ο υπεύθυνος επεξεργασίας θα επεξεργαστεί δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης.
160. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας μπορούν να χρησιμοποιούν διαφορετικούς διαύλους ενημέρωσης, ανάλογα με το είδος της παρεχόμενης επιγραμμικής πλατφόρμας. Για παράδειγμα, πληροφορίες μπορούν να παρέχονται στα υποκείμενα των δεδομένων μέσω βίντεο που εξηγούν τις διαφορές μεταξύ των εναλλακτικών δυνατοτήτων ή μέσω διαδραστικών σελίδων με παραδείγματα σχετικά με τη λειτουργία της υπηρεσίας βάσει των διαφόρων επιλογών. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας μπορούν να εξετάζουν το ενδεχόμενο πραγματοποίησης δοκιμών σε χρήστες προκειμένου να προσδιορίσουν τον καταλληλότερο δίαυλο παροχής της ενημέρωσης.

4.2.3 Συγκεκριμένη συγκατάθεση

161. Το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο α) του ΓΚΠΔ ορίζει η συγκατάθεση πρέπει να δοθεί «για έναν ή περισσότερους συγκεκριμένους» σκοπούς. Η απαίτηση να είναι η συγκατάθεση «συγκεκριμένη» συνδέεται στενά με τις απαιτήσεις να είναι η συγκατάθεση «εν πλήρει επιγνώσει» και «αναλυτική». Προκειμένου η συγκατάθεση να είναι συγκεκριμένη, οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες θα πρέπει να καθορίζουν συγκεκριμένο, ρητό και νόμιμο σκοπό για τις δραστηριότητες επεξεργασίας για τις οποίες ζητείται η συγκατάθεση και να παρέχουν επαρκείς πληροφορίες στα υποκείμενα των δεδομένων σχετικά με τις εν λόγω δραστηριότητες επεξεργασίας¹³¹. Η υφέρπουσα διεύρυνση ή η σύγχυση των σκοπών (καλούμενη «υφέρπουσα διεύρυνση λειτουργιών») πρέπει να αποφεύγεται, δεδομένου ότι υπονομεύει και παραβιάζει την αρχή του περιορισμού του σκοπού¹³².
162. Λαμβανομένου υπόψη του πολύπλοκου συστήματος των δραστηριοτήτων επεξεργασίας δεδομένων στο οποίο στηρίζεται η συμπεριφορική διαφήμιση, οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες θα πρέπει να καθορίζουν και να οριοθετούν επακριβώς τους σκοπούς των δραστηριοτήτων επεξεργασίας. Ο υπεύθυνος επεξεργασίας πρέπει να παρουσιάζει τους σκοπούς της συμπεριφορικής διαφήμισης κατά

¹²⁹ Κατευθυντήριες γραμμές της ομάδας του άρθρου 29 σχετικά με τη διαφάνεια, σημείο 13, κατά το οποίο: «[μ]ετάφραση σε μία ή περισσότερες άλλες γλώσσες θα πρέπει να παρέχεται όταν ο υπεύθυνος επεξεργασίας στοχεύει σε υποκείμενα των δεδομένων που μιλούν αυτές τις γλώσσες».

¹³⁰ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 70.

¹³¹ Βλ. επίσης αιτιολογική σκέψη 28, κατά την οποία οι σκοποί πρέπει να «καθορίζονται κατά τη συλλογή των δεδομένων». Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 56.

¹³² Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 56.

τρόπο που παρέχει στον χρήστη τη δυνατότητα να κατανοήσει τις δραστηριότητες επεξεργασίας που πραγματοποιούνται για κάθε σκοπό και να αποφασίσει αν θα παράσχει τη συγκατάθεσή του¹³³.

163. Οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες θα πρέπει να αξιολογούν και να τεκμηριώνουν κατά περίπτωση το αν η παροχή συμπεριφορικής διαφήμισης συνεπάγεται για αυτές την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για διαφορετικούς σκοπούς και να ζητούν χωριστή συγκατάθεση για τους εν λόγω σκοπούς¹³⁴. Εξ αντιδιαστολής, τεχνικές διαδικασίες οι οποίες μπορεί να συνδέονται άρρηκτα με έναν και μόνο σκοπό μπορεί να μην απαιτούν χωριστές συγκαταθέσεις¹³⁵. Οι παρατηρήσεις που διατυπώθηκαν στην ενότητα 4.2.1.5 (σχετικά με τη λεπτομερή ανάλυση) και στην ενότητα 4.2.2 (σχετικά με την εν πλήρει επιγνώσει συγκατάθεση) θα πρέπει να λαμβάνονται επίσης υπόψη.

4.2.4 Ρητή δήλωση βούλησης

164. Προκειμένου η συγκατάθεση να είναι έγκυρη δυνάμει του άρθρου 4 σημείο 11 του ΓΚΠΔ, πρέπει, μεταξύ άλλων, να συνιστά ρητή «ένδειξη βούλησης, υπό μορφή δήλωσης ή “σαφ[ούς] θετική[ς] ενέργεια[ς]” με την οποία το υποκείμενο των δεδομένων εκδηλώνει τη συμφωνία του για την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που το αφορούν»¹³⁶. Τούτο σημαίνει ότι πρέπει να είναι προφανές ότι το υποκείμενο των δεδομένων συγκατατέθηκε στη συγκεκριμένη επεξεργασία¹³⁷.
165. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να σχεδιάζουν με προσοχή τον τρόπο με τον οποίο ζητούν από τα υποκείμενα των δεδομένων να παράσχουν τη συγκατάθεσή τους, ειδικότερα όταν επιδιώκουν να λάβουν συγκατάθεση για σκοπούς πλην των σκοπών της συμπεριφορικής διαφήμισης (π.χ. βελτίωση υπηρεσίας ή εξατομίκευση περιεχομένου). Γενικά δεν μπορεί να θεωρείται ότι τα υποκείμενα των δεδομένων συγκατατίθενται ρητά σε κάθε σκοπό με μία και μόνη ενέργεια, όταν ενδείκνυται τα υποκείμενα των δεδομένων να είναι σε θέση να διατυπώσουν πιο αναλυτικές προτιμήσεις.
166. Στο πλαίσιο μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής», ζητείται από τους χρήστες να συγκατατεθούν σε ορισμένες δραστηριότητες επεξεργασίας προκειμένου να έχουν πρόσβαση στην υπηρεσία χωρίς την πληρωμή τέλους. Όταν ο χρήστης συγκατατίθεται στις δραστηριότητες επεξεργασίας που παρέχουν δωρεάν πρόσβαση στην υπηρεσία, θα πρέπει να θεωρείται ότι ο συγκεκριμένος χρήστης συγκατατίθεται μόνον στις συγκεκριμένες δραστηριότητες επεξεργασίας, λαμβανομένης υπόψη της

¹³³ Βλ. γνώμη 3/2013 της ομάδας εργασίας του άρθρου 29 σχετικά με τον περιορισμό του σκοπού (WP203), σ. 16: «[γ]ια τους λόγους αυτούς, σκοπός ο οποίος είναι αόριστος ή γενικός, όπως, για παράδειγμα “βελτίωση της εμπειρίας των χρηστών”, “σκοποί εμπορικής προώθησης”, “σκοποί ασφάλειας της ΤΠ” ή “μελλοντική έρευνα”, —χωρίς περισσότερες λεπτομέρειες— δεν πληρούν συνήθως τα κριτήρια του “συγκεκριμένου”».

¹³⁴ Βλ., για παράδειγμα, απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση Bundeskartellamt, σκέψη 151: «ενδείκνυται (...) να υφίσταται δυνατότητα να δοθεί χωριστή συγκατάθεση για την επεξεργασία των τελευταίων αυτών δεδομένων, αφενός, και των εκτός Facebook δεδομένων, αφετέρου».

¹³⁵ Απάντηση του ΕΣΠΔ στην πρωτοβουλία της Επιτροπής σχετικά με οικειοθελή δέσμευση των επιχειρήσεων για την απλούστευση της διαχείρισης από τους καταναλωτές των cookies και των εξατομικευμένων διαφημιστικών επιλογών, σ. 7 του παραρτήματος (όπου διευκρινίζονται τα ακόλουθα: «[ε]άν ο χρήστης συγκατατίθεται στην πρόσβαση σε πληροφορίες ή στην αποθήκευση πληροφοριών στον τερματικό εξοπλισμό του για σαφώς περιγραφόμενο διαφημιστικό σκοπό, ο εν λόγω σκοπός μπορεί να αφορά τεχνικές πράξεις επεξεργασίας οι οποίες συνδέονται άρρηκτα με τον σκοπό της διαφήμισης, όπως τη χρήση cookies για τον καθορισμό ανώτατου ορίου συχνότητας εμφάνισης διαφήμισης ή τη μέτρηση της αποτελεσματικότητας διαφημιστικών εκστρατειών. Τέτοιες τεχνικές πράξεις επεξεργασίας μπορεί να περιλαμβάνουν πρόσβαση σε πληροφορίες ή αποθήκευση πληροφοριών σε τερματικό εξοπλισμό»).

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

¹³⁷ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 75.

απαίτησης να είναι η συγκατάθεση «συγκεκριμένη». Προκειμένου να θεωρείται ότι η συγκατάθεση παρασχέθηκε σαφώς για άλλους σκοπούς, οι εν λόγω σκοποί θα πρέπει να επιλέγονται ενεργά από τον χρήστη.

167. Μια άλλη πτυχή η οποία έχει σημασία για την ύπαρξη ρητής δήλωσης βούλησης είναι ο χρήστης να μην εκτίθεται σε παραπλανητικά μοντέλα σχεδιασμού και οι διάφορες επιλογές να παρουσιάζονται εξίσου. Συναφώς, το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει επίσης τις κατευθυντήριες γραμμές του σχετικά με τα παραπλανητικά πρότυπα σχεδιασμού σε διεπαφές πλατφορμών μέσων κοινωνικής δικτύωσης¹³⁸.
168. Στην περίπτωση των μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής» είναι, για παράδειγμα, σημαντικό να λαμβάνεται υπόψη ότι, εάν οι υπεύθυνοι επεξεργασίας παρέχουν ασαφείς πληροφορίες, οι χρήστες μπορούν να παραπλανηθούν ώστε να συγκατατεθούν. Τούτο συμβαίνει εάν η συγκατάθεση λαμβάνεται μέσω φράσεων όπως «απλώς συνεχίστε» ή «συνεχίστε χωρίς πληρωμή»¹³⁹. Στις περιπτώσεις αυτές, η απουσία πληρωμής υπογραμμίζεται με τέτοιο τρόπο ώστε να μην είναι σαφές αν η επιλογή της δωρεάν εκδοχής της υπηρεσίας συνεπάγεται την παροχή συγκατάθεσης¹⁴⁰. Επομένως, προκειμένου να διασφαλίζεται η ύπαρξη ρητής δήλωσης βούλησης, οι ερωτήσεις που υποβάλλονται θα πρέπει να διατυπώνονται με ακριβή και διαφανή τρόπο, η δε συγκατάθεση στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα δεν θα πρέπει να παρουσιάζεται απλώς και μόνον ως δυνατότητα για την αποφυγή της πληρωμής τέλους.

4.3 Πρόσθετα στοιχεία

4.3.1 Ανάκληση συγκατάθεσης

169. Το άρθρο 7 παράγραφος 3 του ΓΚΠΔ ορίζει ότι το υποκείμενο των δεδομένων έχει δικαίωμα να ανακαλέσει τη συγκατάθεσή του ανά πάσα στιγμή. Επιπλέον, κατά το άρθρο 7 παράγραφος 3 του ΓΚΠΔ, η «ανάκληση της συγκατάθεσης είναι εξίσου εύκολη με την παροχή της»¹⁴¹. Η απαίτηση εύκολης ανάκλησης είναι αναγκαία πτυχή της έγκυρης συγκατάθεσης στον ΓΚΠΔ¹⁴². Δεν υπάρχει καθορισμένη συγκεκριμένη λύση για την εφαρμογή των ανωτέρω απαιτήσεων. Επομένως, είναι γενικά αναγκαίο να εξετάζεται κατά περίπτωση αν παρέχεται μια εύκολα προσιτή επιλογή ανάκλησης η οποία πληροί τις νομικές απαιτήσεις¹⁴³. Τούτο εξαρτάται επίσης από το αν η επιλογή ανάκλησης της συγκατάθεσης αναγνωρίζεται εύκολα και ευδιάκριτα και δεν παρουσιάζεται με σχεδιασμό που παραπλανά ή χειραγωγεί¹⁴⁴.

¹³⁸ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τα παραπλανητικά πρότυπα σχεδιασμού.

¹³⁹ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 84.

¹⁴⁰ Βλ. κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τα παραπλανητικά πρότυπα σχεδιασμού, παράρτημα Ι, κατάλογος ελέγχων στο σημείο 4.6.2.

¹⁴¹ Τούτο δεν είναι αναγκαίο να πραγματοποιείται πάντοτε με την ίδια πράξη, αλλά, όταν η συγκατάθεση εξασφαλίζεται με ηλεκτρονικά μέσα, με ένα απλό κλικ του ποντικιού, μια μετατόπιση κουμπιού ή το πάτημα ενός πλήκτρου, τα υποκείμενα των δεδομένων πρέπει, στην πράξη, να είναι σε θέση να ανακαλέσουν την εν λόγω συγκατάθεση εξίσου εύκολα. Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημεία 113-114.

¹⁴² Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 116.

¹⁴³ Βλ. έκθεση σχετικά με το έργο της ειδικής ομάδας του ΕΣΠΔ για το ειδικό πλαίσιο για τα cookies, σημείο 35.

¹⁴⁴ Βλ. επίσης αιτιολογική σκέψη 37 της πράξης για τις ψηφιακές αγορές: «[τ]έλος, η ανάκληση της συγκατάθεσης θα πρέπει να είναι τόσο εύκολη όσο και η χορήγησή της. Οι πυλωροί δεν θα πρέπει να σχεδιάζουν, να οργανώνουν ή να λειτουργούν τις επιγραμμικές διεπαφές τους κατά τρόπο που παραπλανά, χειραγωγεί ή με άλλο τρόπο στρεβλώνει ουσιαστικά ή μειώνει την ικανότητα των τελικών χρηστών να χορηγούν ελεύθερα τη συγκατάθεσή τους».

170. Ο υπεύθυνος επεξεργασίας οφείλει να ενημερώνει το υποκείμενο των δεδομένων για το δικαίωμά του να ανακαλέσει τη συγκατάθεση προτού παρασχεθεί όντως η συγκατάθεση¹⁴⁵. Ο υπεύθυνος επεξεργασίας πρέπει επίσης να ενημερώνει τα υποκείμενα των δεδομένων για τον τρόπο άσκησης του εν λόγω δικαιώματος¹⁴⁶.
171. Τα υποκείμενα των δεδομένων θα πρέπει να είναι σε θέση να ανακαλέσουν τη συγκατάθεσή τους χωρίς να ζημιωθούν¹⁴⁷. Είναι σημαντικό να επισημανθεί ότι, όταν το υποκείμενο των δεδομένων υφίσταται ζημία όταν ανακαλεί τη συγκατάθεση, τούτο σημαίνει ότι δεν εξασφαλίστηκε ποτέ έγκυρη συγκατάθεση, ο δε υπεύθυνος επεξεργασίας πρέπει να διαγράψει όλα τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που έχει συλλέξει σχετικά με τον χρήστη βάσει τέτοιας ανίσχυρης συγκατάθεσης¹⁴⁸.
172. Στο πλαίσιο των μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής» που εξετάζονται με την παρούσα γνώμη, πρέπει να γίνει καταρχάς διάκριση μεταξύ της καθαυτό άσκησης του δικαιώματος ανάκλησης και της επιθυμίας του χρήστη να συνεχίσει να χρησιμοποιεί την υπηρεσία μετά την ανάκληση της συγκατάθεσης. Είναι σημαντικό να παρέχονται σαφείς και σαφώς αναγνωρίσιμες πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο άσκησης του δικαιώματος ανάκλησης, προκειμένου να μη δίνεται η εντύπωση ότι η ανάκληση θα οδηγήσει αυτομάτως σε επί πληρωμή συνδρομή. Σε τέτοιες περιπτώσεις, η άσκηση του δικαιώματος ανάκλησης θα έχει ως αποτέλεσμα ο χρήστης να βρεθεί εκ νέου αντιμέτωπος με την επιλογή μεταξύ παροχής συγκατάθεσης στην επεξεργασία για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης ή συνδρομής επί πληρωμή (ή την επιλογή της δωρεάν εναλλακτικής λύσης χωρίς συμπεριφορική διαφήμιση, όταν προτείνεται). Σε σχέση με την εν λόγω συνέπεια θα πρέπει να δοθεί η ίδια απάντηση με εκείνη που δόθηκε στο γενικό ερώτημα αν υπάρχει δυνατότητα ελεύθερης επιλογής στην περίπτωση μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής». Επομένως, το κριτήριο για την εξακρίβωση της ύπαρξης ζημίας περιέχεται στις εξηγήσεις που παρασχέθηκαν στην ενότητα 4.2.1.2 («Ζημία»). Εάν, σε επιμέρους περίπτωση, εκτιμάται ότι μπορεί να πραγματοποιηθεί ελεύθερη επιλογή, τούτο θα πρέπει να ισχύει επίσης για την ανάκληση, άλλως η συγκατάθεση θα είναι πάντοτε ανίσχυρη.
173. Ανεξαρτήτως τούτου, θα πρέπει να είναι σαφές ότι η απόφαση του χρήστη να γίνει συνδρομητής στην επί πληρωμή εκδοχή της υπηρεσίας, όταν είχε αρχικά παράσχει τη συγκατάθεσή του στην επεξεργασία για σκοπούς περιβαλλοντικής διαφήμισης, συνιστά ανάκληση της συγκατάθεσής του. Εξ αντιδιαστολής, η λήξη της συνδρομής στην επί πληρωμή εκδοχή της υπηρεσίας δεν ισοδυναμεί με την παροχή συγκατάθεσης.
174. Προκειμένου να αξιολογηθεί αν το δικαίωμα ανάκλησης πληροί τις απαιτήσεις του ΓΚΠΔ, θα πρέπει να εξετάζονται επίσης οι συνέπειες της άσκησης του δικαιώματος ανάκλησης. Στις κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τη συγκατάθεση το ΕΣΠΔ εξηγεί ότι, κατά κανόνα, σε περίπτωση ανάκλησης της συγκατάθεσης, οι πράξεις επεξεργασίας που βασίζονταν στη συγκατάθεση και πραγματοποιήθηκαν πριν από την ανάκληση της συγκατάθεσης και σύμφωνα με τον ΓΚΠΔ εξακολουθούν να είναι νόμιμες, αλλά ο υπεύθυνος επεξεργασίας οφείλει να παύσει τις σχετικές πράξεις επεξεργασίας¹⁴⁹. Εάν δεν υπάρχει άλλη νόμιμη βάση η οποία να δικαιολογεί την επεξεργασία των δεδομένων, συμπεριλαμβανομένης της περαιτέρω αποθήκευσης, ο υπεύθυνος επεξεργασίας θα πρέπει να διαγράψει τα δεδομένα¹⁵⁰.

¹⁴⁵ Άρθρο 7 παράγραφος 3 του ΓΚΠΔ.

¹⁴⁶ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 116.

¹⁴⁷ Αιτιολογική σκέψη 42 του ΓΚΠΔ, κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημεία 46, 114.

¹⁴⁸ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 49.

¹⁴⁹ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 117.

¹⁵⁰ Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 117.

175. Ως εκ τούτου, η ανάκληση της συγκατάθεσης στην επεξεργασία για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης θα πρέπει να έχει ως αποτέλεσμα την παύση όλων των δραστηριοτήτων επεξεργασίας που επιτρέπονταν βάσει της συγκατάθεσης του υποκειμένου των δεδομένων. Τούτο δεν αφορά μόνον την αποθήκευση δεδομένων και/ή την πρόσβαση σε δεδομένα στον τερματικό εξοπλισμό για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης, αλλά και την επακόλουθη επεξεργασία των δεδομένων που συλλέχθηκαν για τέτοιους σκοπούς (π.χ. όταν τα εν λόγω δεδομένα ανταλλάσσονται με τρίτους). Τούτο έχει σημασία ιδίως σε περιπτώσεις στις οποίες ο υπεύθυνος επεξεργασίας χρησιμοποιεί μεγάλο δίκτυο διαφήμισης για τη στόχευση φυσικών προσώπων και την παρακολούθησή τους σε διάφορους ιστοτόπους.
176. Τα συμπεράσματα του ΔΕΕ στην απόφαση που εξέδωσε στην υπόθεση Proximus¹⁵¹ έχουν επίσης εφαρμογή στο πλαίσιο συμπεριφορικής διαφήμισης, ιδίως στο πλαίσιο της χρήσης μεθόδων εμπορικής προώθησης στο διαδίκτυο, όπως η υποβολή προσφορών σε πραγματικό χρόνο. Επίσης, πρακτική η οποία θα απαιτούσε από τον χρήστη να ασκήσει το δικαίωμά του ανάκλησης έναντι κάθε εμπλεκόμενου υπευθύνου επεξεργασίας, όταν η συγκατάθεση μπορεί να δοθεί σε όλους τους υπευθύνους επεξεργασίας με ένα κλικ, θα παραβίαζε την αρχή σύμφωνα με την οποία η ανάκληση πρέπει να είναι εξίσου απλή με τη συγκατάθεση. Επιπλέον, ειδικότερα κατά τη δημιουργία και τον εμπλουτισμό προφίλ χρηστών που χρησιμοποιούνται για συμπεριφορική διαφήμιση, τα προφίλ θα πρέπει να διαγράφονται μετά την ανάκληση της συγκατάθεσης και δεν θα πρέπει να υποβάλλονται σε επεξεργασία, ακόμη και για άλλον σκοπό που βασίζεται σε διαφορετική νομική βάση, εκτός εάν τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα υποβάλλονται σε επεξεργασία για άλλον σκοπό με έγκυρη νομική βάση εξαρχής.

4.3.2 Ανανέωση της συγκατάθεσης

177. Ο ΓΚΠΔ δεν προβλέπει συγκεκριμένο χρονικό όριο όσον αφορά τη συχνότητα ανανέωσης της συγκατάθεσης ή τη διάρκεια για την οποία μπορεί να θεωρείται ότι η συγκατάθεση εκφράζει τις επιθυμίες του υποκειμένου των δεδομένων. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να προβαίνουν στην αξιολόγηση αυτή κατά περίπτωση.

Με τις κατευθυντήριες γραμμές του, το ΕΣΠΔ διατύπωσε κριτήρια τα οποία μπορούν να παράσχουν καθοδήγηση στους υπευθύνους επεξεργασίας ώστε να προσδιορίσουν τη διάρκεια για την οποία θα πρέπει να θεωρείται ότι ισχύει η συγκατάθεση, και στα οποία περιλαμβάνονται το πλαίσιο, το πεδίο εφαρμογής της αρχικής συγκατάθεσης και οι προσδοκίες του υποκειμένου των δεδομένων¹⁵². Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης αξιολόγησης ενδέχεται να πρέπει να εξεταστούν διατάξεις που

¹⁵¹ Απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση C-129/21, Proximus NV κατά Gegevensbeschermingsautoriteit, ECLI:EU:C:2022:833. Με την απόφαση στην υπόθεση Proximus, το ΔΕΕ αποφάνθηκε ότι, όταν διάφοροι υπεύθυνοι της επεξεργασίας στηρίζονται σε μία και μόνη συγκατάθεση του υποκειμένου των δεδομένων, αρκεί, για να ανακαλέσει το υποκείμενο των δεδομένων την επίμαχη συγκατάθεση, να απευθυνθεί σε οποιονδήποτε από τους εν λόγω υπευθύνους της επεξεργασίας (σκέψη 84). Το ΔΕΕ έκρινε περαιτέρω τα εξής: «(...) προκειμένου να διασφαλιστεί η αποτελεσματικότητα του (...) δικαιώματος ανακλήσεως της συγκαταθέσεως καθώς και να διασφαλιστεί ότι η συγκατάθεση του υποκειμένου των δεδομένων συνδέεται στενά με τον σκοπό για τον οποίο δόθηκε, ο υπεύθυνος επεξεργασίας από τον οποίον το υποκείμενο των δεδομένων απέσυρε τη συγκατάθεση για επεξεργασία των προσωπικών του δεδομένων οφείλει πράγματι να ενημερώσει για την απόσυρση αυτή κάθε πρόσωπο το οποίο του έχει διαβιβάσει τα δεδομένα καθώς και κάθε πρόσωπο στο οποίο έχει εκείνος, με τη σειρά του, διαβιβάσει τα δεδομένα. Οι υπεύθυνοι της επεξεργασίας που ενημερώθηκαν κατ' αυτόν τον τρόπο υπέχουν εν συνεχεία, με τη σειρά τους, την υποχρέωση να διαβιβάσουν τις πληροφορίες αυτές στους λοιπούς υπευθύνους επεξεργασίας στους οποίους γνωστοποίησαν τέτοια δεδομένα» (σκέψη 85).

¹⁵² Κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ σχετικά με τη συγκατάθεση, σημείο 110.

περιέχονται σε άλλη νομοθεσία της ΕΕ, ανάλογα με τις συγκεκριμένες περιστάσεις κάθε περίπτωσης, όπως αυτή του άρθρου 5 παράγραφος 2 της πράξης για τις ψηφιακές αγορές.

178. Στο πλαίσιο της συμπεριφορικής διαφήμισης, λαμβανομένου υπόψη του παρεμβατικού χαρακτήρα της επεξεργασίας, φαίνεται ενδεδειγμένο ένα περιορισμένο χρονικό διάστημα, π.χ. ενός έτους, κατά τη διάρκεια του οποίου η συγκατάθεση παραμένει σε ισχύ¹⁵³.

5 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

179. Στο πλαίσιο μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής» τα οποία εφαρμόζουν μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες, το ΕΣΠΔ υπογραμμίζει την αναγκαιότητα οι υπεύθυνοι επεξεργασίας να συμμορφώνονται με όλες τις απαιτήσεις του ΓΚΠΔ, ειδικότερα τις απαιτήσεις της έγκυρης συγκατάθεσης, όπως περιγράφονται στην παρούσα γνώμη, αξιολογώντας συγχρόνως τις ιδιαιτερότητες κάθε περίπτωσης.

Διαπιστώνεται ότι, στις περισσότερες περιπτώσεις, οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες δεν θα μπορούν να συμμορφώνονται με τις απαιτήσεις για την έγκυρη συγκατάθεση, εάν παρέχουν στους χρήστες μόνον τη δυαδική επιλογή είτε να συγκατατεθούν στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης είτε να πληρώσουν τέλους.

180. Το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα δεν μπορούν να θεωρηθούν εμπορεύσιμα αγαθά, οι δε μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες δεν θα πρέπει να λησμονούν ότι πρέπει να αποφευχθεί η μετατροπή του θεμελιώδους δικαιώματος στην προστασία των δεδομένων σε χαρακτηριστικό διαθέσιμο στα υποκείμενα των δεδομένων μόνον με την πληρωμή τέλους. Ως εκ τούτου, η παροχή μιας εναλλακτικής υπηρεσίας επί πληρωμή (και μόνον), αντί της υπηρεσίας που περιλαμβάνει την επεξεργασία για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης, δεν θα πρέπει να αποτελεί στο μέλλον την εξ ορισμού λύση για τους υπευθύνους επεξεργασίας. Αντιθέτως, όταν αναπτύσσουν την εναλλακτική εκδοχή στην υπηρεσία που περιλαμβάνει συμπεριφορική διαφήμιση, οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες θα πρέπει να εξετάζουν το ενδεχόμενο να παρέχουν στα υποκείμενα των δεδομένων «ισοδύναμη εναλλακτική λύση» η οποία δεν συνεπάγεται την πληρωμή τέλους (π.χ. με τη συμπερίληψη διαφορετικής μορφής διαφήμισης η οποία δεν είναι συμπεριφορική διαφήμιση).

181. Εάν οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες αποφασίζουν να προτείνουν στα υποκείμενα των δεδομένων «ισοδύναμη εναλλακτική λύση» η οποία περιλαμβάνει την πληρωμή τέλους, προκειμένου να διασφαλίζεται πραγματική επιλογή και να αποφευχθεί η παροχή στους χρήστες δυαδικής επιλογής μεταξύ πληρωμής τέλους και συγκατάθεσης στην επεξεργασία για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να εξετάζουν επίσης το ενδεχόμενο παροχής μιας άλλης εναλλακτικής λύσης, δωρεάν, χωρίς συμπεριφορική διαφήμιση, π.χ. με τη μορφή διαφήμισης που περιλαμβάνει την επεξεργασία λιγότερων δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα (ή δεν περιλαμβάνει καμία επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα). Τούτος είναι ένας ιδιαίτερος σημαντικός παράγοντας κατά την αξιολόγηση ορισμένων κριτηρίων για την έγκυρη συγκατάθεση στο πλαίσιο του ΓΚΠΔ.

Στις περισσότερες περιπτώσεις, η παροχή εκ μέρους του υπευθύνου επεξεργασίας περαιτέρω εναλλακτικής δυνατότητας χωρίς συμπεριφορική διαφήμιση, δωρεάν, θα έχει σημαντικό αντίκτυπο στην αξιολόγηση του κύρους της συγκατάθεσης, ειδικότερα σε σχέση με την πτυχή της ζημίας. Ως εκ

¹⁵³ Βλ. επίσης γνώμη της ομάδας εργασίας του άρθρου 29 σχετικά με την επιγραμμική συμπεριφορική διαφήμιση, σ. 21.

τούτου, οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες θα πρέπει να εξετάζουν προσεκτικά το ενδεχόμενο παροχής δωρεάν εναλλακτικής λύσης χωρίς συμπεριφορική διαφήμιση.

182. Λαμβανομένου υπόψη του αιτήματος έκδοσης γνώμης της γερμανικής (Αμβούργο), της ολλανδικής και της νορβηγικής εποπτικής αρχής και της ανωτέρω ανάλυσης, το ΕΣΠΔ συμπεραίνει ότι η **συγκατάθεση που λαμβάνουν μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες** (όπως ορίστηκαν για τους σκοπούς της παρούσας γνώμης) **στο πλαίσιο μοντέλων «συγκατάθεσης ή πληρωμής» σε σχέση με συμπεριφορική διαφήμιση μπορεί να θεωρείται έγκυρη μόνον στον βαθμό που οι εν λόγω πλατφόρμες μπορούν να αποδείξουν, σύμφωνα με τη αρχή της λογοδοσίας, ότι πληρούνται όλες οι απαιτήσεις παροχής έγκυρης συγκατάθεσης, δηλαδή ότι:**

- η συγκατάθεση είναι **ελεύθερη**. Συναφώς, οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες θα πρέπει να εξετάζουν, μεταξύ άλλων, τα ακόλουθα στοιχεία:
 - αν το υποκείμενο των δεδομένων υφίσταται **ζημία** λόγω της άρνησης παροχής συγκατάθεσης ή της ανάκλησης της συγκατάθεσης. Συναφώς, οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες που χρησιμοποιούν μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής» θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι το τέλος δεν είναι τέτοιο ώστε να αποθαρρύνει στην πράξη τα υποκείμενα των δεδομένων από την πραγματοποίηση ελεύθερης επιλογής, για παράδειγμα μέσω της παρακίνησης των υποκειμένων των δεδομένων να συγκατατεθούν. Επιπλέον, ζημία μπορεί να προκύψει όταν υποκείμενα των δεδομένων δεν πληρώνουν τέλος προκειμένου να μην παράσχουν τη συγκατάθεσή τους και, επομένως, αντιμετωπίζουν τον αποκλεισμό τους από την υπηρεσία, εάν δεν συγκατατεθούν, ιδίως σε περιπτώσεις στις οποίες η υπηρεσία διαδραματίζει σημαντικό ρόλο ή είναι αποφασιστικής σημασίας για τη συμμετοχή στην κοινωνική ζωή ή την πρόσβαση σε επαγγελματικά δίκτυα, κατά μείζονα λόγο σε περίπτωση φαινομένων εγκλωβισμού ή αποτελεσμάτων δικτύου. Κατά συνέπεια, η πρόκληση ζημίας είναι πιθανή όταν μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες χρησιμοποιούν μοντέλο «συγκατάθεσης ή πληρωμής» προκειμένου να εξασφαλίσουν συγκατάθεση για την επεξεργασία·
 - αν υπάρχει **ανισορροπία ισχύος** μεταξύ του υποκειμένου των δεδομένων και των μεγάλων επιγραμμικών πλατφορμών. Συναφώς, ορισμένοι παράγοντες, οι οποίοι αναφέρονται ενδεικτικώς και με μη σωρευτικό τρόπο, μπορεί να βοηθήσουν τις μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες να πραγματοποιήσουν την εν λόγω κατά περίπτωση αξιολόγηση, π.χ. η θέση της εταιρείας στην αγορά, η ύπαρξη φαινομένων εγκλωβισμού ή αποτελεσμάτων δικτύου, ο βαθμός στον οποίο το υποκείμενο των δεδομένων στηρίζεται στην υπηρεσία και το κοινό-στόχος ή το βασικό κοινό της υπηρεσίας· όταν υπάρχει σαφής ανισορροπία ισχύος, η συγκατάθεση μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον σε «εξαιρετικές περιστάσεις» και όταν ο υπεύθυνος επεξεργασίας μπορεί να αποδείξει, σύμφωνα με την αρχή της λογοδοσίας, ότι το υποκείμενο των δεδομένων «δεν θα έχει καμία αρνητική συνέπεια» εάν δεν συγκατατεθεί, ιδίως εάν στα υποκείμενα των δεδομένων προτείνεται εναλλακτική λύση η οποία δεν έχει οποιονδήποτε αρνητικό αντίκτυπο·
 - αν η συγκατάθεση απαιτείται για την πρόσβαση σε αγαθά ή υπηρεσίες, μολονότι η επεξεργασία που βασίζεται σε συγκατάθεση δεν είναι αναγκαία για την εκτέλεση της σύμβασης που έχει εφαρμογή στην παροχή των αγαθών ή υπηρεσιών. Το ΕΣΠΔ παρατηρεί ότι, με την απόφαση Bundeskartellamt, το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΔΕΕ) αποφάνθηκε ότι στους χρήστες που αρνούνται να συγκατατεθούν σε συγκεκριμένες πράξεις επεξεργασίας πρέπει να αντιπροτείνεται, «εν ανάγκη έναντι κατάλληλης αμοιβής, μια αντίστοιχη εναλλακτική που δεν θα συνεπάγεται τη διενέργεια τέτοιων

πράξεων επεξεργασίας». Με τον τρόπο αυτόν, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα αποφύγουν ζητήματα αιρεσιμότητας. Εν πάση περιπτώσει, τα λοιπά κριτήρια της «ελεύθερης» συγκατάθεσης θα πρέπει να πληρούνται επίσης. Το ΕΣΠΔ εκτιμά ότι η ανάγκη, που επισήμανε το ΔΕΕ, να αντιπροτείνεται στα υποκείμενα των δεδομένων «**ισοδύναμη εναλλακτική λύση**» παραπέμπει σε εναλλακτική εκδοχή της συγκεκριμένης υπηρεσίας που παρέχει ο ίδιος υπεύθυνος επεξεργασίας, η οποία δεν περιλαμβάνει τη συγκατάθεση στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης. Το ΕΣΠΔ παρέχει στοιχεία τα οποία μπορούν να συμβάλουν στη διασφάλιση του πραγματικά ισοδύναμου χαρακτήρα της εναλλακτικής λύσης. Εάν η εναλλακτική εκδοχή της υπηρεσίας διαφέρει μόνον στον βαθμό που είναι αναγκαίο, ως αποτέλεσμα της αδυναμίας του υπευθύνου επεξεργασίας να επεξεργαστεί δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης, μπορεί καταρχήν να θεωρηθεί ισοδύναμη. Επιπλέον, στο πλαίσιο της «ισοδύναμης εναλλακτικής λύσης», οι πράξεις επεξεργασίας που δεν είναι αναγκαίες για την παροχή της υπηρεσίας και στηρίζονται σε συγκατάθεση πρέπει να παραλείπονται. Δεδομένου ότι οι πράξεις επεξεργασίας που πραγματοποιούνται για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης δεν είναι αναγκαίες για την παροχή της υπηρεσίας και στηρίζονται σε συγκατάθεση, τέτοιες πράξεις πρέπει να παραλείπονται από την ισοδύναμη εναλλακτική λύση, εκτός εάν οι επίμαχες πράξεις επεξεργασίας εξυπηρετούν επίσης έναν άλλο νόμιμο σκοπό·

- ο αν οποιοδήποτε **τέλος** το οποίο επιβάλλεται μπορεί να αποθαρρύνει τα υποκείμενα των δεδομένων από την πραγματοποίηση ελεύθερης επιλογής ή να τα παρακινήσει να παράσχουν τη συγκατάθεσή τους. Σε σχέση με την επιβολή οποιουδήποτε τέλους για την πρόσβαση στην «ισοδύναμη εναλλακτική» εκδοχή της υπηρεσίας, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να αξιολογούν, κατά περίπτωση, τόσο αν ενδείκνυται η επιβολή τέλους όσο και αν το ύψος του τέλους είναι κατάλληλο υπό τις συγκεκριμένες περιστάσεις, έχοντας υπόψη την αναγκαιότητα να αποφευχθεί η μετατροπή του θεμελιώδους δικαιώματος της προστασίας των δεδομένων σε προνομιακό χαρακτηριστικό το οποίο προορίζεται μόνο για τους εύπορους. Η εν λόγω αξιολόγηση θα πρέπει να πραγματοποιείται υπό το πρίσμα των απαιτήσεων της έγκυρης συγκατάθεσης και των αρχών που προβλέπονται στο άρθρο 5 του ΓΚΠΔ, ειδικότερα της αρχής της αντικειμενικότητας, και λαμβανομένων υπόψη τόσο των ενδεχόμενων εναλλακτικών λύσεων στη συμπεριφορική διαφήμιση που συνεπάγονται την επεξεργασία λιγότερων δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα όσο και της θέσης των υποκειμένων των δεδομένων.

Καθήκον των εποπτικών αρχών είναι η επιβολή της εφαρμογής του ΓΚΠΔ, η οποία μπορεί να αφορά επίσης τον αντίκτυπο οποιουδήποτε τέλους στην ελευθερία επιλογής των υποκειμένων των δεδομένων. Υπάρχουν πολλές περιπτώσεις στις οποίες οι εποπτικές αρχές μπορούν να ωφεληθούν αν ζητήσουν τη γνώμη αρχών σε άλλους τομείς του δικαίου, συμπεριλαμβανομένων ειδικότερα αρχών προστασίας των καταναλωτών και αρχών ανταγωνισμού·

- ο αν τα υποκείμενα των δεδομένων μπορούν να επιλέξουν ελεύθερα τον σκοπό της επεξεργασίας τον οποίο αποδέχονται και δεν υποχρεούνται να απαντήσουν σε αίτημα συγκατάθεσης το οποίο περιλαμβάνει πολλούς σκοπούς (**λεπτομερής ανάλυση**)·
- η συγκατάθεση παρέχεται **εν πλήρει επιγνώσει**. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας οφείλουν, δυνάμει της αρχής της λογοδοσίας, να δημιουργήσουν και να τεκμηριώνουν μια διαδικασία ενημέρωσης η οποία παρέχει στα υποκείμενα των δεδομένων τη δυνατότητα να κατανοούν πλήρως και σαφώς

την αξία, την έκταση και τις συνέπειες των ενδεχομένων επιλογών τους. Τούτο σημαίνει ότι, προτού προβούν σε οποιαδήποτε επιλογή, τα υποκείμενα των δεδομένων θα πρέπει να λαμβάνουν σαφή ενημέρωση σχετικά με τις δραστηριότητες επεξεργασίας που συνδέονται με καθεμία από τις προτεινόμενες επιλογές. Οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη την πολυπλοκότητα των δραστηριοτήτων επεξεργασίας δεδομένων που απαιτούνται για την παροχή συμπεριφορικής διαφήμισης και να διασφαλίζουν ότι η ενημέρωση παρέχεται με τρόπο σαφή και κατανοητό για το κοινό-στόχο:

- η συγκατάθεση είναι **ρητή δήλωση βούλησης**. Οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες θα πρέπει να σχεδιάζουν με προσοχή τον τρόπο με τον οποίο ζητούν από τα υποκείμενα των δεδομένων να παράσχουν τη συγκατάθεσή τους, προκειμένου να διασφαλίζουν ότι τα πρότυπα σχεδιασμού δεν παραπλανούν τα υποκείμενα των δεδομένων. Όταν ο χρήστης συγκατατίθεται στις δραστηριότητες επεξεργασίας που παρέχουν δωρεάν πρόσβαση στην υπηρεσία, θα πρέπει να θεωρείται ότι ο συγκεκριμένος χρήστης συγκατατίθεται μόνον στις συγκεκριμένες δραστηριότητες επεξεργασίας, λαμβανομένης υπόψη της απαίτησης να είναι η συγκατάθεση συγκεκριμένη. Προκειμένου να θεωρείται ότι η συγκατάθεση παρασχέθηκε σαφώς για άλλους σκοπούς, οι εν λόγω σκοποί θα πρέπει να επιλέγονται ενεργά από τον χρήστη.
- η συγκατάθεση είναι **συγκεκριμένη**. Τούτο σημαίνει ότι οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες θα πρέπει να καθορίζουν και να οριοθετούν επακριβώς τους σκοπούς των δραστηριοτήτων επεξεργασίας για τις οποίες απαιτείται συγκατάθεση. Για παράδειγμα, η συγκατάθεση που εξασφαλίζεται για σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης δεν θα πρέπει να συνδυάζεται με άλλους σκοπούς. Οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες θα πρέπει να αξιολογούν και να τεκμηριώνουν κατά περίπτωση το αν η παροχή συμπεριφορικής διαφήμισης συνεπάγεται για αυτές την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για διαφορετικούς σκοπούς και να ζητούν χωριστή συγκατάθεση για τους εν λόγω σκοπούς.

183. Το ΕΣΠΔ υπενθυμίζει ότι η **εξασφάλιση συγκατάθεσης δεν απαλλάσσει τις μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες από την υποχρέωση συμμόρφωσης με τους λοιπούς κανόνες και τις λοιπές αρχές που προβλέπονται στον ΓΚΠΔ**, συμπεριλαμβανομένων των αρχών που προβλέπονται στο άρθρο 5 του ΓΚΠΔ. Οι ακόλουθες αρχές έχουν ιδιαίτερη σημασία για τις μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες που εφαρμόζουν μοντέλα «συγκατάθεσης ή πληρωμής», όχι μόνον όταν αξιολογούν αν η συγκατάθεση είναι έγκυρη:

- **περιορισμός του σκοπού και ελαχιστοποίηση των δεδομένων** — Οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες οφείλουν να καθορίζουν με σαφήνεια τον σκοπό των δραστηριοτήτων επεξεργασίας και να διασφαλίζουν ότι μόνον δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα τα οποία είναι αναγκαία για την επίτευξη του συγκεκριμένου σκοπού υποβάλλονται σε επεξεργασία.
- **αντικειμενικότητα** — προκειμένου να διασφαλίζεται ο αντικειμενικός χαρακτήρας των δραστηριοτήτων επεξεργασίας, οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες θα πρέπει να εξετάζουν τον αντίκτυπο των δραστηριοτήτων επεξεργασίας στα δικαιώματα και στην αξιοπρέπεια των φυσικών προσώπων και να παρέχουν στα υποκείμενα των δεδομένων τον μεγαλύτερο δυνατό βαθμό αυτονομίας.
- **προστασία των δεδομένων ήδη από τον σχεδιασμό** — Οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες υποχρεούνται να εφαρμόζουν κατάλληλα τεχνικά και οργανωτικά μέτρα και να ενσωματώνουν τις απαραίτητες εγγυήσεις στις δραστηριότητες επεξεργασίας προκειμένου να πληρούνται οι απαιτήσεις του ΓΚΠΔ και να προστατεύονται τα δικαιώματα και οι ελευθερίες των υποκειμένων των δεδομένων.

- **προστασία των δεδομένων εξ ορισμού** — Οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες λογοδοτούν σχετικά με την εφαρμογή των εξ ορισμού ρυθμίσεων και επιλογών επεξεργασίας με τρόπο ώστε να διενεργείται εξ ορισμού μόνο η επεξεργασία που είναι αυστηρά αναγκαία για την επίτευξη του καθορισμένου νόμιμου σκοπού·
- **λογοδοσία** — Οι μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες οφείλουν να συμμορφώνονται με τον ΓΚΠΔ, συμπεριλαμβανομένων των αρχών που παρατέθηκαν ανωτέρω, και πρέπει να είναι σε θέση να αποδεικνύουν την εν λόγω συμμόρφωση.

Για το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Προστασίας Δεδομένων

Η Πρόεδρος

(Anu Talus)