

# Kolēģijas atzinums (64. pants)



**Atzinums 08/2024 par derīgu piekrišanu lielo tiešsaistes platformu īstenoto modeļu “piekrist vai maksāt” kontekstā**

**Pieņemts 2024. gada 17. aprīlī**

Translations proofread by EDPB Members.

This language version has not yet been proofread.





## Kopsavilkums

Nīderlandes, Norvēģijas un Vācijas (Hamburgas) uzraudzības iestādes lūdza EDAK sniegt atzinumu par jautājumu, kādos apstākļos un ar kādiem nosacījumiem lielas tiešsaistes platformas var īstenot modeļus "piekrist vai maksāt" attiecībā uz reklāmu, kas balstīta uz uzvedību, tādā veidā, kas uzskatāma par derīgu un jo īpaši brīvi sniegtu piekrišanu, ņemot vērā arī Eiropas Savienības Tiesas (EST) spriedumu lietā C-252/21. Šis atzinums attiecas vienīgi uz to, kā lielās tiešsaistes platformas (kuru definīcija sniegta šajā atzinumā) īsteno modeļus "piekrist vai maksāt", kuros lietotāji tiek aicināti piekrist apstrādei uz uzvedību balstītas reklāmas sniegšanas nolūkā.

Šajā sakarā EDAK uzsver, ka ir jāievēro visas VDAR prasības, jo īpaši tās, kas attiecas uz derīgu piekrišanu, vienlaikus novērtējot katra gadījuma specifiku. Īpaši svarīgs ir pārskatatbildības princips. EDAK atgādina, ka piekrišanas saņemšana neatbrīvo pārzini no visu VDAR 5. pantā izklāstīto principu, kā arī citu VDAR pienākumu ievērošanas. Ir svarīgi ievērot nepieciešamības un samērīguma, nolūka ierobežojumu, datu minimizēšanas un godprātības principus.

Lielākajā daļā gadījumu lielām tiešsaistes platformām nebūs iespējams izpildīt derīgas piekrišanas prasības, ja tās lietotājiem piedāvās tikai divas izvēles iespējas, proti, piekrišanu personas datu apstrādei uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos un maksas maksāšanu.

(Tikai) maksas alternatīvas piedāvāšanai pakalpojumam, kas ietver apstrādi uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos, nevajadzētu būt pārziņu noklusējuma risinājumam. Izstrādājot alternatīvu pakalpojuma versijai, kas ietver uz uzvedību balstītu reklāmu, lielām tiešsaistes platformām būtu jāapsver iespēja nodrošināt datu subjektiem "līdzvērtīgu alternatīvu", kas neietver maksas maksāšanu. Ja pārziņi izvēlas piemērot maksu par piekļuvi "līdzvērtīgai alternatīvai", pārziņiem būtu jāapsver arī tādas citas bezmaksas alternatīvas piedāvāšana, kas neietver uz uzvedību balstītu reklāmu, piemēram, ar reklāmas veidu, kas ietver mazāka apjoma personas datu apstrādi (vai to neietver vispār). Tas ir īpaši svarīgs faktors, novērtējot konkrētus derīgas piekrišanas kritērijus saskaņā ar VDAR. Vairumā gadījumu tas, vai pārzinis bez maksas piedāvā citu alternatīvu, kas neietver uz uzvedību balstītu reklāmu, būtiski ietekmēs piekrišanas derīguma novērtējumu, jo īpaši saistībā ar nelabvēlīgo seku aspektu.

Runājot par VDAR prasībām attiecībā uz derīgu piekrišanu, tai pirmām kārtām jābūt sniegtai brīvi. Lai izvairītos no nelabvēlīgām sekām, kas izslēgtu brīvi sniegtu piekrišanu, jebkāda noteiktā maksa nevar būt tāda, kas faktiski atturētu datu subjektus no brīvas izvēles izdarīšanas. Turklāt nelabvēlīgas sekas var rasties, ja datu subjekti, kas nesniedz piekrišanu, nemaksā maksu un tādējādi tiek izslēgti no pakalpojuma, jo īpaši gadījumos, kad pakalpojumam ir būtiska nozīme vai tas ir izšķirošs dalībai sabiedriskajā dzīvē vai piekļuvē profesionālajiem tīkliem, vēl jo vairāk tad, ja pastāv piesaistes vai tīkla efekts. Tā rezultātā var rasties nelabvēlīgas sekas, ja lielas tiešsaistes platformas izmanto modeli "piekrist vai maksāt", lai saņemtu piekrišanu apstrādei.

Pārziņiem katrā atsevišķā gadījumā ir arī jāizvērtē, vai starp datu subjektu un pārzini nepastāv spēku nevienlīdzība. Novērtējamie faktori ietver lielas tiešsaistes platformas stāvokli tirgū, piesaistes vai tīkla efekta esību, to, cik lielā mērā datu subjekts paļaujas uz konkrēto pakalpojumu, un pakalpojuma galveno mērķauditoriju.

Vēl viens kritērijs, lai novērtētu, vai piekrišana ir "brīvi sniegta", ir nosacījumu elements, t. i., vai piekrišana ir vajadzīga, lai piekļūtu precēm vai pakalpojumiem, lai gan līguma izpildei apstrāde nav nepieciešama. EST spriedumā *Bundeskartellamt* ir norādījusi, ka lietotājiem, kuri atsakās dot piekrišanu konkrētām datu apstrādes darbībām, "vajadzības gadījumā par atbilstošu atlīdzību ir jābūt piedāvātai līdzvērtīgai alternatīvai bez šādām datu apstrādes darbībām". To darot, pārziņi izvairīsies no

nosacījumu problēmas. Jebkurā gadījumā joprojām ir jāizpilda arī pārējie “brīvi sniegtas” piekrišanas kritēriji.

“Līdzvērtīga alternatīva” ir tā paša pārziņa piedāvātā pakalpojuma alternatīva versija, kas neietver piekrišanu personas datu apstrādei uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos. Atzinumā ir sniegti elementi, kas var palīdzēt nodrošināt, ka alternatīva ir patiesi līdzvērtīga. Ja alternatīvā versija atšķiras tikai tiktāl, cik tas ir nepieciešams saistībā ar to, ka pārzinis nevar apstrādāt personas datus uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos, to principā var uzskatīt par līdzvērtīgu.

Attiecībā uz maksas noteikšanu par piekļuvi pakalpojuma “līdzvērtīgai alternatīvai” versijai EDAK atgādina, ka personas datus nevar uzskatīt par tirgojamu preci, un pārziņiem būtu jāpatur prātā nepieciešamība novērst to, ka pamattiesības uz datu aizsardzību tiek pārveidotas par iespēju, par kuras izmantošanu datu subjektiem ir jāmaksā. Pārziņiem katrā atsevišķā gadījumā būtu jānovērtē gan tas, vai maksa vispār ir piemērota, gan tas, kāda summa ir piemērota konkrētajos apstākļos, ņemot vērā iespējamās alternatīvas uz uzvedību balstītai reklāmai, kas ietver mazāk personas datu apstrādi, kā arī datu subjektu nostāju. Pārziņiem būtu jānodrošina, ka maksa nav tāda, kas atturētu datu subjektus no patiesas izvēles izdarīšanas, ņemot vērā derīgas piekrišanas prasības un VDAR 5. pantā noteiktos principus, jo īpaši godprātību. Šajā ziņā svarīgs ir pārskatatbildības princips. Uzraudzības iestādēm ir uzdots nodrošināt VDAR izpildi, un tas var būt saistīts arī ar jebkādas maksas ietekmi uz datu subjektu izvēles brīvību.

Vēl viens nosacījums ir detalizācija – ja datu subjektam tiek piedāvāts modelis “piekrist vai maksāt”, vajadzētu būt iespējai brīvi izvēlēties, kuru apstrādes nolūku datu subjekts pieņem, nevis būtu jāsaņem viens piekrišanas pieprasījums, kurā apvienoti vairāki nolūki.

Derīgai piekrišanai jābūt arī “konkrētai”, t. i., sniegtai saistībā ar vienu vai vairākiem konkrētiem nolūkiem, un tai ir jābūt viennozīmīgai norādei uz vēlmēm – modeļos “piekrist vai maksāt” ir īpaši svarīgi, lai pārziņi rūpīgi izstrādātu veidus, kādos datu subjektiem tiek lūgts sniegt piekrišanu. Lietotājus nevajadzētu pakļaut maldinošiem dizaina modeļiem.

Lai piekrišana būtu “apzināta”, pārziņu izveidotajam informācijas procesam būtu jāļauj datu subjektiem gūt pilnīgu un skaidru izpratni par viņu iespējamās izvēles vērtību, tvērumu un sekām, ņemot vērā to apstrādes darbību sarežģītību, kas saistītas ar reklāmu, kura balstīta uz uzvedību.

EDAK arī sniedz skaidrojumus par piekrišanas atsaukšanu un iesaka pārziņiem rūpīgi izvērtēt, cik bieži piekrišana būtu jāatjaunina.

## Satura rādītājs

1	Ievads.....	7
1.1	Faktu kopsavilkums .....	7
1.2	Par lūguma sniegt atzinumu saskaņā ar VDAR 64. panta 2. punktu pieņemamību .....	8
2	Atzinuma definīcijas un tvērums .....	9
2.1	Definīcijas .....	9
2.1.1	Jēdziena “modeļi “piekrist vai maksāt”” definīcija .....	9
2.1.2	Jēdziena “uz uzvedību balstīta reklāma” definīcija .....	10
2.1.3	Jēdziena “lielas tiešsaistes platformas” definīcija šā atzinuma kontekstā.....	11
2.2	Atzinuma tvērums .....	13
3	Juridiskais konteksts.....	13
3.1	Attiecīgie VDAR noteikumi .....	13
3.2	Citi juridiskie instrumenti .....	14
3.3	Sprieduma <i>Bundeskartellamt</i> kopsavilkums .....	16
3.4	Esošie EDAK norādījumi.....	17
4	EDAK novērtējums.....	17
4.1	Principi un vispārīgi apsvērumi.....	17
4.2	Derīgas piekrišanas prasības .....	20
4.2.1	Brīvi sniegta piekrišana.....	20
4.2.2	Apzināta piekrišana .....	32
4.2.3	Konkrēta piekrišana.....	35
4.2.4	Viennozīmīga norāde uz vēlmēm .....	36
4.3	Papildu elementi .....	37
4.3.1	Piekrišanas atsaukšana .....	37
4.3.2	Piekrišanas atjaunošana .....	39
5	Secinājumi .....	39

## Eiropas Datu aizsardzības kolēģija

ņemot vērā Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (ES) 2016/679 (2016. gada 27. aprīlis) par fizisku personu aizsardzību attiecībā uz personas datu apstrādi un šādu datu brīvu apriti un ar ko atceļ Direktīvu 95/46/EK (turpmāk "VDAR") 63. pantu un 64. panta 2. punktu,

ņemot vērā EEZ līgumu un jo īpaši tā XI pielikumu un 37. protokolu, kas grozīts ar EEZ Apvienotās komitejas 2018. gada 6. jūlija Lēmumu Nr. 154/2018<sup>1</sup>,

ņemot vērā Reglamenta 10. un 22. punktu,

tā kā:

(1) Eiropas Datu aizsardzības kolēģijas (turpmāk "kolēģija" vai "EDAK") galvenais uzdevums ir nodrošināt VDAR konsekvētu piemērošanu visā Eiropas Ekonomikas zonā ("EEZ"). VDAR 64. panta 2. punktā ir noteikts, ka jebkura uzraudzības iestāde ("UI"), kolēģijas priekšsēdētājs vai Komisija var pieprasīt, lai kolēģija izskata jebkuru jautājumu par vispārējo piemērošanu vai kas rada sekas vairāk nekā vienā EEZ dalībvalstī nolūkā saņemt atzinumu. Šā atzinuma mērķis ir izpētīt jautājumu par vispārējo piemērošanu vai kas rada sekas vairāk nekā vienā EEZ dalībvalstī.

(2) Saskaņā ar VDAR 64. panta 3. punktu saistībā ar reglamenta 10. panta 2. punktu kolēģija pieņem atzinumu astoņu nedēļu laikā no priekšsēdētājas un kompetento uzraudzības iestāžu lēmuma pieņemšanas par to, ka dokumentācija ir pilnīga. Ņemot vērā jautājuma sarežģītību, ar priekšsēdētājas lēmumu šo laikposmu var pagarināt vēl par sešām nedēļām,

### IR PIENĒMUSI ŠO ATZINUMU.

## 1 IEVADS

### 1.1 Faktu kopsavilkums

1. 2024. gada 17. janvārī Nīderlandes uzraudzības iestāde (NL UI), rīkojoties arī Norvēģijas uzraudzības iestādes (NO UI) un Vācijas (Hamburgas) uzraudzības iestādes (DE Hamburgas UI) vārdā (turpmāk tekstā – "pieprasījuma iesniedzējas UI"), lūdza EDAK sniegt atzinumu saskaņā ar VDAR 64. panta 2. punktu par tā sauktajiem modeļiem "piekrist vai maksāt" ("pieprasījums").
2. Kolēģijas priekšsēdētāja un NL UI 2024. gada 25. janvārī lietu atzina par pabeigtu. Tajā pašā dienā lietu izsūtīja EDAK sekretariāts.
3. Īsumā pieprasījums attiecas uz apstākļiem, kādos tā sauktos modeļus "piekrist vai maksāt"<sup>2</sup> var ieviest lielas tiešsaistes platformas, kas piesaista lielu skaitu lietotāju Eiropas Ekonomikas zonā ("EEZ"), ja dati

<sup>1</sup> Atsauces uz "dalībvalstīm" šajā atzinumā jāsaprot kā atsauces uz "EEZ dalībvalstīm".

<sup>2</sup> Sk. definīciju šī atzinuma 2.1.1. iedaļā.

tiek apstrādāti uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos, tādā veidā, kas atbilst prasībai par derīgu un jo īpaši brīvi sniegtu piekrišanu<sup>3</sup>.

4. Pieprasījuma iesniedzējas UI atsaucas uz EDAK Pamatnostādņēm 05/2020 par piekrišanu saskaņā ar Regulu 2016/679 (turpmāk "EDAK pamatnostādnes par piekrišanu") un uzsver, ka ir svarīgi novērtēt, vai datu subjektiem, kas saskaras ar modeļiem "piekrist vai maksāt", ir "patiesa izvēle", ņemot vērā, ka var pastāvēt "maldināšana, iebiedēšana, piespiešana vai nozīmīgas nelabvēlīgas sekas" vai pastāv "piespiešanas, spiediena vai nespējas īstenot brīvu gribu elements"<sup>4</sup>.
5. Pieprasījuma iesniedzējas UI arī norāda, ka iepriekš minētie jautājumi būtu jārisina, ņemot vērā Tiesas spriedumu *Bundeskartellamt*<sup>5</sup>.
6. Visbeidzot, pieprasījuma pamatojumā pieprasījuma iesniedzējas UI norāda, ka "vairāki EDAK locekļi jau ir snieguši norādījumus par modeļiem "piekrist vai maksāt" valsts līmenī, piemēram, attiecībā uz mediju kanāliem", un ka, lai gan šie valsts norādījumi ir "vērtīgi un ir labs izejas punkts", tie "parasti ir vērsti uz mazākiem pārziniem"<sup>6</sup>. Tādējādi pieprasījuma iesniedzējas UI uzskata, ka nolūkā nodrošināt VDAR konsekvētu interpretāciju un piemērošanu ir jāsniedz atbildes uz konkrētiem jautājumiem, kas radušies, īstenojot modeļus "piekrist vai maksāt" lielās tiešsaistes platformās.

## 1.2 Par lūguma sniegt atzinumu saskaņā ar VDAR 64. panta 2. punktu pieņemamību

7. VDAR 64. panta 2. punktā noteikts, ka jo īpaši jebkura UI var pieprasīt, lai kolēģija izskata jebkuru jautājumu par vispārējo piemērošanu vai kas rada sekas vairāk nekā vienā dalībvalstī nolūkā saņemt atzinumu.
8. Pieprasījuma iesniedzējas UI pieprasījumā precizē, ka "no datu aizsardzības viedokļa pašlaik nav konsekventas Eiropas atbildes uz iepriekš minēto jautājumu<sup>7</sup> attiecībā uz piekrišanas derīgumu saistībā ar modeļiem "piekrist vai maksāt"<sup>8</sup>. Tās arī uzsver, ka tas "rada bažas, jo šis jautājums (...) ir nesaraucami saistīts ar piekrišanas jēdziena interpretāciju un līdz ar to ir jautājums par VDAR pamatjēdziena vispārējo piemērošanu"<sup>9</sup>.

---

<sup>3</sup> Atzinuma pieprasījums saskaņā ar VDAR 64. panta 2. punktu (turpmāk "pieprasījums"), I iedaļa ("Ievads"), 1. lpp.

<sup>4</sup> Pieprasījums, II iedaļa ("Šā pieprasījuma konteksts un pamatojums"), A. "Tiesiskais regulējums attiecībā uz piekrišanas pamatjēdzienu", 2. lpp. Šajā sakarā sk. EDAK Pamatnostādnes 05/2020 par piekrišanu saskaņā ar Regulu 2016/679, kas pieņemtas 2020. gada 4. maijā (turpmāk "EDAK pamatnostādnes par piekrišanu"), 24. punkts.

<sup>5</sup> Pieprasījums, II iedaļa ("Šā pieprasījuma konteksts un pamatojums"), B. "Saikne starp piekrišanu un modeļiem "piekrist vai maksāt"", 3. lpp. Sk. Eiropas Savienības Tiesas 2023. gada 4. jūlija spriedumu *Meta Platforms Inc. / Bundeskartellamt*, C-252/21, EU:C:2023:537 (turpmāk "EST spriedums *Bundeskartellamt*"). Konkrētāk, pieprasījuma iesniedzējas UI atsaucas uz EST sprieduma *Bundeskartellamt* 143.–144., 148.–150. punktu.

<sup>6</sup> Pieprasījums, II iedaļa ("Šā pieprasījuma konteksts un pamatojums"), C. "Pašreizējās norises un vajadzība pēc skaidrības", 4. lpp. Konkrētāk, pieprasījuma iesniedzējas UI kopā ar pieprasījumu iesniedz valstu norādījumus, kuros sniegti vispārīgi kritēriji modeļiem "piekrist vai maksāt", ko izdevušas Vācijas (Hamburgas), Austrijas un Francijas uzraudzības iestādes.

<sup>7</sup> Sk. šā atzinuma 3. punktu.

<sup>8</sup> Pieprasījums, II iedaļa ("Šā pieprasījuma konteksts un pamatojums"), C. "Pašreizējās norises un vajadzība pēc skaidrības", 4. lpp.

<sup>9</sup> Pieprasījums, II iedaļa ("Šā pieprasījuma konteksts un pamatojums"), C. "Pašreizējās norises un vajadzība pēc skaidrības", 4. lpp.



9. Pieprasījums attiecas uz piekrišanas jēdziena konsekventu interpretāciju un, konkrētāk, uz apstākļiem, kādos piekrišanu, ko ieguvušas lielas tiešsaistes platformas, kuras apstrādā personas datus uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos un īsteno modeļus “piekrist vai maksāt”, var uzskatīt par derīgu. Līdz ar to kolēģija uzskata, ka pieprasījums attiecas uz “jautājumu par vispārējo piemērošanu” VDAR 64. panta 2. punkta nozīmē. Konkrētāk, tas attiecas uz jautājumiem, kas saistīti ar VDAR galveno noteikumu praktisko īstenošanu un attiecībā uz kuriem pašlaik nav konsekventas interpretācijas ES līmenī. Tāpēc var apgalvot, ka pastāv vispārējas intereses novērtēt šo jautājumu EDAK atzinuma veidā, lai nodrošinātu VDAR vienādu piemērošanu. Īpašas problēmas rada modeļu “piekrist vai maksāt” ieviešana lielās tiešsaistes platformās – pieprasījuma iesniedzējas UI uzsver, ka “šis vienotas pieejas trūkums ir īpaši aktuāls attiecībā uz lielām tiešsaistes platformām, kas piesaista miljoniem datu subjektu Eiropā. Var apgalvot, ka – jo īpaši saistībā ar šādām lielām tiešsaistes platformām – ir vajadzīga vienota pieeja attiecībā uz visiem jautājumiem par vispārējo piemērošanu, kas saistīti ar šāda veida pārziņiem, ņemot vērā to, ka šīs platformas darbojas visās ES un EEZ dalībvalstīs un ka jebkurš modelis “piekrist vai maksāt”, ko īsteno pārziņi, kuri izmanto šāda veida lielas tiešsaistes platformas, ietekmēs miljoniem Eiropas datu subjektu.”<sup>10</sup>
10. Pieprasījumā ir ietverts rakstisks pamatojums par kontekstu un iemesliem jautājuma iesniegšanai kolēģijai, arī par attiecīgo tiesisko regulējumu, par saistību starp piekrišanu un modeļiem “piekrist vai maksāt”, kā arī par pašreizējām tendencēm EST judikatūrā un nepieciešamību pēc skaidrības un konsekventas interpretācijas<sup>11</sup>. Tāpēc kolēģija uzskata, ka pieprasījums ir pamatots saskaņā ar EDAK reglamenta 10. panta 3. punktu<sup>12</sup>.
11. Saskaņā ar VDAR 64. panta 3. punktu EDAK nesniedz atzinumu, ja tā jau ir sniegusi atzinumu par šo jautājumu<sup>13</sup>. Kā sīkāk paskaidrots 3.4. iedaļā, EDAK nav sniegusi atzinumu par šo pašu jautājumu un vēl nav sniegusi atbildes uz jautājumiem, kas izriet no šī pieprasījuma.
12. Šo iemeslu dēļ kolēģija uzskata, ka pieprasījums ir pieņemams un no tā izrietošie jautājumi būtu jāanalizē šajā atzinumā (“atzinums”), kas pieņemts saskaņā ar VDAR 64. panta 2. punktu.
13. Nākamajā iedaļā ir sniegtas modeļu “piekrist vai maksāt”, “uz uzvedību balstītas reklāmas” un “lielu tiešsaistes platformu” definīcijas šā atzinuma kontekstā, kā arī atzinuma tvēruma apraksts.

## 2 ATZINUMA DEFINĪCIJAS UN TVĒRUMS

### 2.1 Definīcijas

#### 2.1.1 Jēdziena “modeļi “piekrist vai maksāt”” definīcija

14. Modeļus “piekrist vai maksāt”<sup>14</sup> var definēt kā modeļus, kuros pārzinis piedāvā datu subjektiem izvēli starp vismaz divām iespējām, lai piekļūtu pārziņa sniegtajam tiešsaistes pakalpojumam: datu subjekts

<sup>10</sup> Pieprasījums, II iedaļa (“Šā pieprasījuma konteksts un pamatojums”), C. “Pašreizējās norises un vajadzība pēc skaidrības”, 5. lpp.

<sup>11</sup> Pieprasījums, II iedaļa (“Šā pieprasījuma konteksts un pamatojums”), 1.–5. lpp.

<sup>12</sup> EDAK reglamenta 10. panta 3. punktā ir noteikts: “Pieprasījumos sniedz argumentus saskaņā ar Vispārīgās datu aizsardzības regulas 64. panta 2. punktu.”

<sup>13</sup> VDAR 64. panta 3. punkts un EDAK reglamenta 10. panta 4. punkts.

<sup>14</sup> Šajā sakarā sk. arī valsts līmenī pieņemtos dokumentus, piemēram, i) Austrijas UI (DSB) dokumentu *FAQ zum Thema Cookies und Datenschutz*, 2023. gada 20. decembris, ii) Francijas UI (CNIL) dokumentu *Cookie walls: la CNIL publie des premiers critères d'évaluation*, 2022. gada 16. maijs un iii) Vācijas Neatkarīgo datu aizsardzības

var 1) piekrist savu personas datu apstrādei konkrētā nolūkā vai 2) nolemt maksāt maksu un piekļūt tiešsaistes pakalpojumam bez viņa personas datu apstrādes šādā nolūkā. Šajā atzinumā galvenā uzmanība tiks pievērsta modeļiem, kuros var dot piekrišanu personas datu apstrādei uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos.

15. Saskaņā ar pirmo iepriekš minēto iespēju datu subjekti var piekļūt pakalpojumam tikai tad, ja viņi piekrīt, ka pārziņis seko to darbībām un tiem piedāvā uz uzvedību balstītu reklāmu. Šajā gadījumā pārziņa uzņēmējdarbības modeļi parasti finansē ar tiešsaistes reklāmu, kuras pamatā ir lietotāju uzvedība.
16. Saskaņā ar otro iespēju datu subjekti maksā maksu (kas var būt, piemēram, nedēļas, mēneša vai gada abonementa maksa, kā arī vienreizējs maksājums)<sup>15</sup> un tiem ir atļauts piekļūt pakalpojuma versijai, kas neietver lietotāja personas datu apstrādi uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos. Tomēr būtu jāņem vērā, ka, lai gan šī otrā iespēja var nozīmēt, ka datu subjektu darbībām netiek sekots vispār, tas varētu nozīmēt arī to, ka joprojām tiek sekots datu subjektu darbībām dažādos nolūkos, piemēram, lai analizētu tīmekļa vietnes izmantošanu tās funkciju uzlabošanai. Jebkurā gadījumā EDAK atgādina, ka šādiem nolūkiem ir jābūt legītiem un konkrētiem un apstrādei ir jābalstās uz likumīgu pamatu saskaņā ar VDAR. Turklāt sīkdatnes vai izsekošanas tehnoloģijas pakalpojuma maksas versijā joprojām var izmantot citos nolūkos, kas nav uz uzvedību balstīta reklāma. Ja kāda izmantotā tehnoloģija ietver piekļuvi informācijai vai tās glabāšanu galiekārtā, uz to attiecas VDAR un attiecīgā gadījumā E-privātuma direktīvas 5. panta 3. punkts.
17. Lai gan saskaņā ar šajā atzinumā apspriestajiem modeļiem “piekrist vai maksāt” datu subjektam parasti tiek liegta piekļuve pakalpojumam, ja tas nepiekrīt personas datu apstrādei uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos un nemaksā maksu, EDAK uzsver, ka datu subjektiem var piedāvāt vēl vienu alternatīvu, kas neietver uz uzvedību balstītu reklāmu un kas ir bez maksas, kā sīkāk aprakstīts tālāk 4.2.1.1. iedaļā.

#### 2.1.2 Jēdziena “uz uzvedību balstīta reklāma” definīcija

18. EDAK norāda, ka laika gaitā ir attīstījušies mehānismi, kas nodrošina iespēju sniegt personalizētas tiešsaistes reklāmas datu subjektiem. Ir palielinājusies arī to sarežģītība. Lietotājiem var mērķtiecīgi sniegt personalizētu reklāmu, pamatojoties uz dažādiem kritērijiem un metodēm, arī balstoties uz informāciju, kas saistīta ar viņu uzvedību tiešsaistē un bezsaistē.
19. Uz uzvedību balstīta reklāma, kas ietver detalizētu datu subjektu profilu izstrādi, mūsdienu tiešsaistes vidē ir kļuvusi par noteiktu uzņēmējdarbības modeļu pamatiezīmi. 29. panta darba grupas Atzinumā 2/2010 par biheiviorālo reklāmu tiešsaistē “biheiviorālā reklāma” [uz uzvedību balstīta reklāma] ir definēta kā “reklāma, kuras pamatā ir indivīdu uzvedības ilgstoša novērošana”<sup>16</sup>. 29. panta darba grupa ir arī uzsvērusi, ka uz uzvedību balstīta reklāma “indivīdu uzvedības īpatnības pēta, novērojot viņu darbības (atkārtoti vietņu apmeklējumi, mijiedarbība, atslēgvārdi, tiešsaistes satura radīšana utt.), lai

---

iestāžu konferences (DSK) sagatavoto dokumentu *Beschluss - der Konferenz der unabhängigen Datenschutzaufsichtsbehörden des Bundes und der Länder vom, 2023. gada 22. marts.*

<sup>15</sup> Šādos gadījumos maksas abonements var atšķirties arī atkarībā no pakalpojumiem, kuriem lietotājs piekļūst, piemēram, pamatpakalpojums pirmajam abonēšanas līmenim un papildu pakalpojums papildu pakalpojumiem vai funkcijām.

<sup>16</sup> 29. panta darba grupa, Atzinums 2/2010 par biheiviorālo reklāmu tiešsaistē, *WP 171*, pieņemts 2010. gada 22. jūnijā (turpmāk “29. panta darba grupas atzinums par biheiviorālo reklāmu tiešsaistē”), 4. lpp.

izveidotu konkrētus profilus un piedāvātu datu subjektiem viņu iespējamajām interesēm īpaši pielāgotus sludinājumus”<sup>17</sup>.

20. Kā paskaidrots iepriekš minētajā 29. panta darba grupas atzinumā, uz uzvedību balstītas reklāmas pamatā ir dati, kas tiek vākti, novērojot lietotāju darbību laika gaitā (piemēram, apmeklētās lapas, laiku, ko viņi pavada kādā konkrētā lapā, kurā tiek rādīts kāds konkrēts produkts, lapas atkārtotu apmeklējumu skaitu, pievienotās atzīmes “patīk” vai atrašanās vietu). Šādos gadījumos lietotāju uzraudzība notiek, izmantojot sīkdatnes vai citas līdzīgas izsekošanas tehnoloģijas (piemēram, sociālos spraudņus vai pikseļus). Dažādi dalībnieki (piemēram, platformas un datu brokeri) var sekot lietotāju darbībām dažādās tīmekļa vietnēs<sup>18</sup>. Savākie dati, kas dažos gadījumos var tikt apkopoti ar lietotāja aktīvi sniegtiem datiem (piemēram, kad tie izveido kontu tiešsaistē vai piesakās kādā tīmekļa vietnē), vai ar bezaistes datiem, ļauj uzņēmumiem izsecināt informāciju par lietotāju un izdarīt secinājumus par tā vēlmēm, gaumi un interesēm<sup>19</sup>. Kad pārziņi apstrādā personas datus uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos, tiek veiktas vairākas apstrādes darbības. Tās ietver datu subjektu uzvedības uzraudzību, personas datu vākšanu un to analīzi, lai izveidotu un izstrādātu lietotāju profilus, personas datu kopīgošanu ar trešām personām lietotāju profilu izveides un izstrādes ietvaros vai lai sasaistītu reklāmdevējus ar izdevējiem, tādu reklāmu sniegšanu datu subjektiem, kas personalizētas, pamatojoties uz iegūto profilu, un analīzi par lietotāju mijiedarbību ar parādītajām reklāmām, pamatojoties uz viņu profilu.
21. Šā iemesla dēļ uz uzvedību balstīta reklāma tiek uzskatīta par īpaši traucējošu reklāmas veidu, jo tā var sniegt pārziņiem ļoti detalizētu priekšstatu par indivīda personisko dzīvi. Turklāt, kā atgādināts EDAK Pamatnostādnes 8/2020 par vēršanos pie sociālo mediju lietotājiem, tas rada būtiskus riskus datu subjektu pamattiesībām un brīvībām, tajā skaitā diskriminācijas un izslēgšanas iespējamību un iespējamu manipulāciju ar lietotājiem<sup>20</sup>.

### 2.1.3 Jēdziena “lielas tiešsaistes platformas” definīcija šā atzinuma kontekstā

22. Šajā atzinumā galvenā uzmanība pievērsta modeļiem “piekrist vai maksāt”, ko īsteno “lielu tiešsaistes platformu” pārziņi, kuri piesaista lielu skaitu lietotāju EEZ”<sup>21</sup>. Ir svarīgi noteikt to platformu veidu, uz kurām attiecas šis atzinums.
23. EDAK atgādina, ka jēdziens “tiešsaistes platformas” VDAR nav definēts. Tādēļ ir lietderīgi precizēt šā jēdziena nozīmi. Šajā atzinumā jēdziens “tiešsaistes platformas” var ietvert (bet ne tikai) “tiešsaistes platformas”, kā definēts Digitālo pakalpojumu akta 3. panta i) punktā<sup>22</sup>.

<sup>17</sup> 29. panta darba grupas atzinums par biheiviorālo reklāmu tiešsaistē, 4. lpp.

<sup>18</sup> EDAK Pamatnostādnes 8/2020 par vēršanos pie sociālo mediju lietotājiem, 2.0. versija, pieņemtas 2021. gada 13. aprīlī (turpmāk “EDAK pamatnostādnes par vēršanos pie sociālo mediju lietotājiem”), 3. punkts.

<sup>19</sup> 29. panta darba grupas atzinums par biheiviorālo reklāmu tiešsaistē, 7. lpp.: “Lietotāju profilu veidošanā izmanto divas galvenās pieejas: i) prognozējošus profilus veido, izdarot secinājumus pēc ilgstošas individuālu un kolektīvu lietotāju uzvedības novērošanas, jo īpaši uzraugot apmeklētās lapas un sludinājumus, kurus lietotāji aplūko vai uz kuriem uzklikšķina; ii) precīzus profilus veido, izmantojot personas datus, ko datu subjekti paši sniedz tīmekļa pakalpojumu uzņēmumam, piemēram, reģistrējoties. Abas pieejas var apvienot. Turklāt vēlāk, kad datu subjekts veido pieteikuma akreditācijas datus kādai tīmekļa vietnei, prognozējošos profilus var precizēt.”

<sup>20</sup> EDAK pamatnostādnes par vēršanos pie sociālo mediju lietotājiem, 9.–18. punkts.

<sup>21</sup> Pieprasījums, I iedaļa (“Ievads”), 3. lpp.

<sup>22</sup> Digitālo pakalpojumu akta 3. panta i) punktā “tiešsaistes platforma” ir definēta kā “mitināšanas pakalpojums, kurš pēc pakalpojuma saņēmēja pieprasījuma uzglabā un izplata informāciju sabiedrībā, izņemot gadījumus, kad šāda darbība ir cita pakalpojuma nenozīmīgs un tikai papildinošs elements vai galvenā pakalpojuma nenozīmīga

24. Nākamajos punktos EDAK uzsvērs dažus elementus, kas jānovērtē katrā gadījumā atsevišķi, lai noteiktu, vai pārzinis šajā atzinumā ir uzskatāms par "lielu tiešsaistes platformu". Ņemot vērā to, ka daži elementi dažiem pārzīņiem var būt būtiskāki nekā citiem, šis elementu saraksts nav nedz izsmeljošs, nedz kumulatīvu prasību saraksts; drīzāk šā elementu saraksta mērķis ir sniegt norādījumus par aspektiem, kuru dēļ pārzinis šā atzinuma vajadzībām var tikt uzskatīts par "lielu tiešsaistes platformu".
25. Pirmkārt, lielas tiešsaistes platformas ir platformas, kas piesaista lielu skaitu datu subjektu kā to lietotājus.
26. Vēl viens elements, kas var būt būtisks, lai novērtētu, vai pārzini var uzskatīt par "lielu tiešsaistes platformu", ir attiecīgā uzņēmuma stāvoklis tirgū.
27. Cits elements, kas jāņem vērā, lai novērtētu, vai pārzinis ir kvalificējams kā "liela tiešsaistes platforma", ir tas, vai tas veic apstrādi "plašā mērogā". EDAK atgādina, ka VDAR nav definēts, kas ir apstrāde plašā mērogā, lai gan VDAR 91. apsvērumā ir sniegti daži norādījumi. Tomēr 29. panta darba grupa ir sniegusi norādījumus (ko apstiprinājusi EDAK) par apstrādes "plašā mēroga" nozīmi VDAR 37. panta 1. punkta b) un c) apakšpunkta kontekstā un, konkrētāk, par faktoriem, kas būtu jāņem vērā, nosakot, vai apstrāde tiek veikta plašā mērogā. Šiem faktoriem ir nozīme arī šajā atzinumā. Tie ietver, piemēram, iesaistīto datu subjektu skaitu, datu apjomu un apstrādes darbības ģeogrāfisko tvērumu<sup>23</sup>.
28. Definīcija cita starpā var attiekties uz dažiem "ļoti lielu tiešsaistes platformu" pārzīņiem, kā definēts Digitālo pakalpojumu aktā<sup>24</sup>, un "vārtziņiem", kā definēts Digitālo tirgu aktā<sup>25</sup>.

---

funkcionalitāte un objektīvu un tehnisku iemeslu dēļ nav izmantojama bez šāda cita pakalpojuma, un šā papildu elementa vai funkcionalitātes integrācija minētajā citā pakalpojumā nav līdzeklis šīs regulas noteikumu apiešanai".

<sup>23</sup> Šajā sakarā sk. 29. panta datu aizsardzības darba grupas Pamatnostādnes par datu aizsardzības speciālistiem ("DAS"), WP 243 rev.01, pēdējo reizi pārskatītas un pieņemtas 2017. gada 5. aprīlī, apstiprinātas EDAK 2018. gada 25. maijā, 7.–8. lpp., un 29. panta datu aizsardzības darba grupas Pamatnostādnes novērtējuma par ietekmi uz datu aizsardzību (NIDA) veikšanai un noskaidrošanai, vai apstrāde "varētu radīt augstu risku" Regulas 2016/679 izpratnē, WP 248 rev.01, pēdējo reizi pārskatītas un pieņemtas 2017. gada 4. oktobrī, apstiprinātas EDAK 2018. gada 25. maijā, 10. lpp.

<sup>24</sup> Saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (ES) 2022/2065 (2022. gada 19. oktobris) par digitālo pakalpojumu vienoto tirgu un ar ko groza Direktīvu 2000/31/EK (Digitālo pakalpojumu akts) 33. panta 1. punktu ļoti lielas tiešsaistes platformas ir tiešsaistes platformas, "kuru Savienībā esošo aktīvo pakalpojuma saņēmēju vidējais skaits mēnesī ir vienāds ar 45 miljoniem vai ir lielāks par to" un kuras saskaņā ar Digitālo pakalpojumu akta 33. panta 4. punktu Eiropas Komisija ir noteikusi kā ļoti lielas tiešsaistes platformas. Saskaņā ar Digitālo pakalpojumu akta 3. panta i) punktu tiešsaistes platforma ir mitināšanas pakalpojums, kurš pēc pakalpojuma saņēmēja pieprasījuma uzglabā un izplata informāciju sabiedrībā.

<sup>25</sup> Saskaņā ar 3. panta 1. punktu Eiropas Parlamenta un Padomes Regulā (ES) 2022/1925 (2022. gada 14. septembris) par sāncensīgiem un godīgiem tirgiem digitālajā nozarē un ar ko groza Direktīvas (ES) 2019/1937 un (ES) 2020/1828 (Digitālo tirgu akts), vārtziņi ir uzņēmumi, kas atbilst šādām trim kumulatīvām prasībām: i) tiem ir būtiska ietekme uz iekšējo tirgu; ii) tie sniedz platformas pamatpakalpojumu, kas ir svarīga vārteja komerciālajiem lietotājiem, lai tie sasniegtu galalietotājus; iii) tiem ir ietekmīgs un noturīgs stāvoklis attiecīgajās darbībās vai ir paredzams, ka tuvākajā nākotnē tiem būs šāds stāvoklis. Saskaņā ar 2. panta 2. punktu platformas pamatpakalpojumi ir šādi pakalpojumi: a) tiešsaistes starpniecības pakalpojumi; b) tiešsaistes meklētājprogrammas; c) tiešsaistes sociālās tīklošanās pakalpojumi; d) video koplietošanas platformas pakalpojumi; e) numurneatkarīgi starppersonu sakaru pakalpojumi; f) operētājsistēmas; g) tīmekļa pārlūkprogrammas; h) virtuālie asistenti; i) mākoņdatošanas pakalpojumi; j) tiešsaistes reklāmas pakalpojumi, tostarp jebkādi reklāmas tīkli, reklāmas biržas un jebkādi citi reklāmas starpniecības pakalpojumi, ko sniedz jebkurš uzņēmums, kurš sniedz jebkuru no a)–i) apakšpunktā uzskaitītajiem platformas pamatpakalpojumiem.

## 2.2 Atzinuma tvērums

29. Kolēģija piekrīt pieprasījuma iesniedzējām UI, ka no datu aizsardzības viedokļa modeļi “piekrist vai maksāt” rada būtiskus jautājumus, jo īpaši attiecībā uz piekrišanas jēdziena, kā minēts Eiropas Savienības Pamattiesību hartas 8. pantā un VDAR 4., 5., 6. un 7. pantā, interpretāciju un piemērošanu.
30. Lai gan būtu jāatgādina, ka piekrišanas jēdziens VDAR attiecas uz ikvienu pārzini, kas vēlas atsaukties uz šo juridisko pamatu, šajā atzinumā galvenā uzmanība ir pievērsta konkrētiem jautājumiem, kas rodas saistībā ar tādas piekrišanas derīgumu, ko ieguvušas lielas tiešsaistes platformas, kuras izmanto modeļus “piekrist vai maksāt”, kā norādīts pieprasījumā. Šīm platformām var būt unikāls stāvoklis attiecībā uz dažiem derīgas piekrišanas kritērijiem, piemēram, attiecībā uz spēku nevienlīdzību. Termina “pārzinis(-ņi)” izmantošana šajā atzinumā būtu jāsaprot kā tāda, kas aptver lielas tiešsaistes platformas, kā definēts iepriekš 2.1.3. iedaļā.
31. Ņemot vērā iepriekš minēto, šis atzinums attiecas tikai uz piekrišanas derīguma novērtējumu, ja to izmanto kā juridisko pamatu personas datu apstrādei uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos lielu tiešsaistes platformu ieviesto modeļu “piekrist vai maksāt” kontekstā. Šajā atzinumā uzsvērtie faktori parasti attiecas uz lielām tiešsaistes platformām, taču ne tikai uz tām. Daži no šajā atzinumā paustajiem apsvērumiem kopumā var izrādīties noderīgi piekrišanas jēdziena piemērošanai modeļu “piekrist vai maksāt” kontekstā.
32. EDAK atgādina, ka saskaņā ar VDAR 51. panta 1. punktu uzraudzības iestādes ir “atbildīgas par [VDAR] piemērošanas uzraudzību, lai aizsargātu fizisku personu pamattiesības un pamatbrīvības saistībā ar apstrādi un veicinātu personas datu brīvu apriti Savienībā”<sup>26</sup>. Turklāt saskaņā ar VDAR 51. panta 2. punktu “[k]atra uzraudzības iestāde palīdz nodrošināt [VDAR] konsekvētu piemērošanu visā Savienībā”. Tāpēc uzraudzības iestāžu kompetencē ir novērtēt tās piekrišanas derīgumu, kas tiek izmantota kā juridiskais pamats personas datu apstrādei, arī tad, ja šāda piekrišana tiek vākta saistībā ar modeļiem “piekrist vai maksāt”, kad personas dati tiek apstrādāti uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos.
33. Saskaņā ar iepriekš minēto šajā atzinumā ir izklāstīts satvars, saskaņā ar kuru pārziņiem un uzraudzības iestādēm novērtēt piekrišanas derīgumu modeļos “piekrist vai maksāt”, secīgi pievēršoties visām prasībām, kas veido piekrišanu saskaņā ar VDAR. Jāatzīmē, ka joprojām ir nepieciešams veikt kritēriju novērtēšanu katrā gadījumā atsevišķi.

## 3 JURIDISKAIS KONTEKSTS

### 3.1 Attiecīgie VDAR noteikumi

34. Šajā atzinumā EDAK uzskata, ka galvenie attiecīgie VDAR noteikumi ietver 4., 5., 6. un 7. pantu, kā arī 32., 42. un 43. apsvērumu.
35. Saskaņā ar VDAR 4. panta 11. punktā sniegto definīciju piekrišana ir “jebkura brīvi sniegta, konkrēta, apzināta un viennozīmīga norāde uz datu subjekta vēlmēm, ar kuru viņš paziņojuma vai skaidri apstiprinošas darbības veidā sniedz piekrišanu savu personas datu apstrādei”. Datu subjekta

---

<sup>26</sup> Sk. arī VDAR 57. panta 1. punktu, kurā uzskaitīti uzraudzības iestāžu uzdevumi.

piekrišanas sniegšana ir viens no VDAR 6. panta 1. punkta a) apakšpunktā<sup>27</sup> norādītajiem leģitīmajiem personas datu apstrādes pamatiem.

36. Turklāt svarīgi arī atgādināt par prasībām pārziņiem apstrādāt personas datus saskaņā ar visiem piemērojamajiem VDAR noteikumiem un jo īpaši datu aizsardzības principiem, kas noteikti VDAR 5. pantā<sup>28</sup>, un integrētas datu aizsardzības un datu aizsardzības pēc noklusējuma principu, kas noteikts VDAR 25. pantā<sup>29</sup>.
37. VDAR 7. pantā un 32., 42. un 43. apsvērumā ir paredzētas papildu prasības un norādījumi par to, kā pārziņiem ir jāievēro piekrišanas prasību galvenie elementi.
38. Konkrētāk, VDAR 7. pantā ir paredzēti nosacījumi, lai piekrišanu varētu atzīt par derīgu, un, pirmkārt, tajā ir noteikts šādi: "Ja apstrāde pamatojas uz piekrišanu, pārziņim ir jāspēj uzskatāmi parādīt, ka datu subjekts ir piekritis savu personas datu apstrādei." Tas ir saistīts arī ar VDAR 5. panta 2. punktā noteikto pārskatatbildības principu.
39. VDAR 7. panta 2. punktā ir noteikts: "Ja datu subjekta piekrišanu dod saistībā ar rakstisku deklarāciju, kas attiecas arī uz citiem jautājumiem, lūgumu dot piekrišanu norāda tā, lai to varētu skaidri atšķirt no citiem jautājumiem, saprotamā un viegli pieejamā veidā, izmantojot skaidru un vienkāršu valodu. Jebkura šādas deklarācijas daļa, kura ir [VDAR] pārkāpums, nav saistoša."
40. 7. panta 3. punktā ir uzsvērtas datu subjekta tiesības atsaukt savu piekrišanu jebkurā laikā. Šajā saistībā "[p]iekrišanas atsaukums neietekmē apstrādes likumību, kas pamatojas uz piekrišanu pirms atsaukuma". Datu subjektam jābūt par to informētam, pirms viņš dod savu piekrišanu. VDAR arī ir precizēts, ka "[a]tsaukt piekrišanu ir tikpat viegli kā to dot".
41. VDAR 7. panta 4. punktā noteikts: "Novērtējot to, vai piekrišana ir dota brīvi, maksimāli ņem vērā to, vai cita starpā līguma izpilde, tostarp pakalpojuma sniegšana, ir atkarīga no piekrišanas tādai personas datu apstrādei, kura nav nepieciešama minētā līguma izpildei."

### 3.2 Citi juridiskie instrumenti

42. EDAK apzinās, ka daži modeļu "piekrist vai maksāt" aspekti varētu ietilpt arī tādu citu ES juridisko instrumentu darbības jomā, par kuriem, lai gan tie neietilpst šā atzinuma darbības jomā, ir lietderīgi atgādināt.

---

<sup>27</sup> Konkrētāk, VDAR 6. panta 1. punkta a) apakšpunktā ir noteikts: "Apstrāde ir likumīga tikai tādā apmērā un tikai tad, ja ir piemērojams vismaz viens no turpmāk minētajiem pamatojumiem: a) datu subjekts ir devis piekrišanu savu personas datu apstrādei vienam vai vairākiem konkrētiem nolūkiem[.]"

<sup>28</sup> Sk. arī EDAK pamatnostādnes par vēršanos pie sociālo mediju lietotājiem, 58. punktu: "Turklāt piekrišanas saņemšana neizslēdz un nekādā veidā nesamazina pārziņa pienākumus ievērot VDAR, jo īpaši tās 5. pantā, noteiktos apstrādes principus attiecībā uz godprātību, nepieciešamību un proporcionalitāti, kā arī attiecībā uz datu kvalitāti. Pat ja personas datu apstrāde balstās uz datu subjekta piekrišanu, tas nepadara likumīgu mērķauditorijas atlasīšanu, kas ir nesamērīga vai negodīga." Sk. arī EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 5. punktu.

<sup>29</sup> Sk. EDAK Pamatnostādnes 4/2019 par 25. pantu "Integrēta datu aizsardzība un datu aizsardzība pēc noklusējuma", versija 2.0, pieņemtas 2020. gada 20. oktobrī (turpmāk "pamatnostādnes par integrētu datu aizsardzību un datu aizsardzību pēc noklusējuma").

43. EDAK atgādina, ka jēdziens “piekrišana” saskaņā ar VDAR attiecas arī uz E-privātuma direktīvas<sup>30</sup> un valstu īstenošanas tiesību aktu piemērošanu<sup>31</sup>. Turklāt E-privātuma direktīvas 2. panta f) punktā ir noteikts, ka lietotāja vai abonenta piekrišana atbilst datu subjekta piekrišanai VDAR. Lai gan šajā atzinumā galvenā uzmanība ir pievērsta piekrišanas kā personas datu apstrādes juridiskā pamata interpretācijai saskaņā ar VDAR 6. panta 1. punkta a) apakšpunktu, tā apsvērumi par piekrišanas jēdzienu ir būtiski arī E-privātuma direktīvai kā *lex specialis*<sup>32</sup>.
44. EDAK norāda, ka daži pieprasījumā izvirzītā jautājuma aspekti attiecas arī uz patērētāju un konkurences tiesībām un tos var risināt arī ar tādiem juridiskiem instrumentiem kā, piemēram, Direktīvu 2005/29/EK par negodīgu komercpraksi<sup>33</sup>. Pat ja šis atzinums neattiecas uz šīm citām tiesību jomām vai juridiskajiem instrumentiem, tajā var atsaukties uz to jēdzieniem vai noteikumiem, lai izveidotu attiecīgus analīzes kritērijus un veicinātu ES tiesību aktu saskaņotu piemērošanu.
45. EDAK apzinās, ka būtiska var būt arī Direktīva 2019/770 par dažiem digitālā satura un digitālo pakalpojumu piegādes līgumu aspektiem (“Digitālā satura direktīva”)<sup>34</sup>.
46. EDAK arī norāda, ka daži Digitālo tirgu akta<sup>35</sup> noteikumi, piemēram, 5. panta 2. punkts, paredz īpašus noteikumus tā dēvētajiem vērtzīņiem, kas apstrādā personas datus<sup>36</sup>, un ka Digitālo tirgu akta 5. panta 2. punktā ir atsauce uz VDAR definēto piekrišanas jēdzienu.
47. Turklāt EDAK norāda, ka Digitālo pakalpojumu aktā ir noteikti konkrēti pienākumi tiešsaistes platformu nodrošinātājiem, kā arī ļoti lielu tiešsaistes platformu nodrošinātājiem<sup>37</sup>. Šajā atzinumā ir atsauce uz attiecīgajiem Digitālo tirgu akta un Digitālo pakalpojumu akta noteikumiem, ciktāl tas nepieciešams, lai veicinātu ES tiesību aktu saskaņotu piemērošanu<sup>38</sup>.

---

<sup>30</sup> Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2002/58/EK (2002. gada 12. jūlijs) par personas datu apstrādi un privātās dzīves aizsardzību elektronisko komunikāciju nozarē (direktīva par privāto dzīvi un elektronisko komunikāciju), kura grozīta ar Direktīvu 2006/24/EK un Direktīvu 2009/136/EK.

<sup>31</sup> Sk. VDAR 173. apsvērumu, kurā precizētas *lex specialis-lex generalis* attiecības starp Direktīvu 2002/58/EK un VDAR.

<sup>32</sup> Piemēram, E-privātuma direktīvas 5. panta 3. punkts, kurā prasīta piekrišana attiecībā uz piekļuvi informācijai vai tās glabāšanu galiekārtās, ja vien nav piemērojams izņēmums. Sk. EDAK Atzinumu 5/2019 par mijiedarbību starp E-privātuma direktīvu un VDAR, jo īpaši attiecībā uz datu aizsardzības iestāžu kompetenci, uzdevumiem un pilnvarām, pieņemts 2019. gada 12. martā, 40. punkts.

<sup>33</sup> Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2005/29/EK (2005. gada 11. maijs), kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr. 2006/2004 (“Negodīgas komercprakses direktīva”). Citi juridiskie instrumenti, kas ir būtiski no patērētāju tiesību viedokļa, ir, piemēram, Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2011/83/ES (2011. gada 25. oktobris) par patērētāju tiesībām un Padomes Direktīva 93/13/EEK (1993. gada 5. aprīlis) par negodīgiem noteikumiem patērētāju līgumos.

<sup>34</sup> Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva (ES) 2019/770 (2019. gada 20. maijs) par dažiem digitālā satura un digitālo pakalpojumu piegādes līgumu aspektiem (“Digitālā satura direktīva”).

<sup>35</sup> Regula (ES) 2022/1925 (Digitālo tirgu akts).

<sup>36</sup> Šajā ziņā būtisks ir arī Digitālo tirgu akta 36. un 37. apsvērumi.

<sup>37</sup> Konkrētāk, Digitālo pakalpojumu akta 33. panta 1. punktā ir noteikts: “Šo iedaļu [Digitālo pakalpojumu akta 5. iedaļu] piemēro tiešsaistes platformām (...), kuru Savienībā esošo aktīvo pakalpojuma saņēmēju vidējais skaits mēnesī ir vienāds ar 45 miljoniem vai ir lielāks par to un kuras saskaņā ar 4. punktu ir noteiktas kā ļoti lielas tiešsaistes platformas (...).”

<sup>38</sup> Iedibinātā ES Tiesas judikatūra paredz, ka tad, ja divi ES tiesību akti ar vienu un to pašu hierarhisko vērtību nenosaka vienu prioritāti pār otru, tie būtu jāpiemēro saderīgā veidā, kas ļauj tos piemērot saskaņoti. Sk.,

48. Ņemot vērā to, ka konkurences tiesības un patērētāju aizsardzības tiesību akti ir būtiski attiecībā uz dažiem modeļu “piekrist vai maksāt” aspektiem, EDAK lūdza valstu un ES regulatoru ieguldījumu šajās tiesību jomās modeļu “piekrist vai maksāt” jautājumā.

### 3.3 Sprieduma *Bundeskartellamt* kopsavilkums

49. EST savā 2023. gada 4. jūlija spriedumā pievērsās vairākiem jautājumiem, kas izrietēja no lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu. Ar pirmo no Tiesai uzdotajiem jautājumiem tika jautāts, vai konkurences iestāde, izmeklējot iespējamu dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu saskaņā ar konkurences tiesībām, varēja pārbaudīt, vai attiecīgais uzņēmums ir rīkojies veidā, kas neatbilst VDAR<sup>39</sup>. Savā atbildē Tiesa uzsvēra godprātīgās sadarbības pienākumu starp konkurences iestādēm un datu aizsardzības uzraudzības iestādēm<sup>40</sup>. Papildu jautājumi bija saistīti ar VDAR 9. panta<sup>41</sup> un VDAR 6. panta 1. punkta interpretāciju (b), d), e), f) apakšpunkts)<sup>42</sup>.
50. Kā atgādināja pieprasījuma iesniedzējas UI, sprieduma *Bundeskartellamt* pēdējais jautājums bija saistīts ar to, vai “piekrišanu, ko tiešsaistes sociālā tīkla lietotājs ir devis šāda tīkla operatoram, var uzskatīt par atbilstošu [VDAR] 4. panta 11. punktā paredzētajiem derīguma nosacījumiem – it īpaši nosacījumam, ka šī piekrišana ir jādod brīvi, – apstākļos, kad šim operatoram ir dominējošs stāvoklis tiešsaistes sociālo tīklu tirgū”<sup>43</sup>.
51. EST vispirms atgādināja piekrišanas definīciju, kas sniegta VDAR 4. panta 11. punktā, kā arī VDAR 7. panta 4. punktā un 42. un 43. apsvērumā<sup>44</sup>. Kā norādīts pieprasījumā, EST norādīja, ka tas, ka tiešsaistes sociālā tīkla nodrošinātājam ir dominējošs stāvoklis tirgū “pats par sevi nav šķērslis tam, ka šāda tīkla lietotāji [VDAR] 4. panta 11. punkta izpratnē var dot derīgu piekrišanu operatora veiktajai lietotāju personas datu apstrādei”<sup>45</sup>.
52. Tomēr EST precizēja, ka dominējošais stāvoklis ir “būtisks faktors, lai noskaidrotu, vai dotā piekrišana patiešām ir derīga un – it īpaši – sniegta brīvi; un to pierādīt ir minētā operatora pienākums”<sup>46</sup>. Tas tādēļ, ka šis apstāklis var “ietekmēt izvēles brīvību, kāda ir šim lietotājam, kurš (..) varētu nespēt atteikties dot piekrišanu vai arī to atsaukt bez nelabvēlīgām sekām”<sup>47</sup> un “var radīt acīmredzamu nevienlīdzību starp datu subjektu un pārzini”<sup>48</sup>.

---

piemēram, Vispārējās tiesas 2018. gada 3. maija spriedumu Malta/Komisija, T-653/16, ECLI:EU:T:2018:241, 137. punkts.

<sup>39</sup> EST spriedums *Bundeskartellamt*, 36.–63. punkts.

<sup>40</sup> EST spriedums *Bundeskartellamt*, 53. punkts.

<sup>41</sup> Jautājumu par VDAR 9. panta 1. punkta interpretāciju Tiesa aplūko EST sprieduma *Bundeskartellamt* 64.–85. punktā.

<sup>42</sup> Konkrētāk, EST sprieduma *Bundeskartellamt* 86.–139. punkts. EST sprieduma *Bundeskartellamt* 86. un 97.–126. punkts attiecas uz VDAR 6. panta 1. punkta b) apakšpunktu un 6. panta 1. punkta f) apakšpunktu. EST sprieduma *Bundeskartellamt* 127.–139. punkts attiecas uz VDAR 6. panta 1. punkta d) apakšpunktu un 6. panta 1. punkta e) apakšpunktu.

<sup>43</sup> Pieprasījums, II iedaļa (“Šā pieprasījuma konteksts un pamatojums”), B. “Saikne starp piekrišanu un modeļiem “piekrist vai maksāt””, 3. lpp., atsaucoties uz EST sprieduma *Bundeskartellamt* 140. punktu.

<sup>44</sup> EST spriedums *Bundeskartellamt*, 142.–145. punkts.

<sup>45</sup> Sk. EST spriedumu *Bundeskartellamt*, 154. punkts.

<sup>46</sup> Sk. EST spriedumu *Bundeskartellamt*, 154. punkts.

<sup>47</sup> EST spriedums *Bundeskartellamt*, 148. punkts, atsaucoties uz VDAR 42. apsvērumu.

<sup>48</sup> EST spriedums *Bundeskartellamt*, 149. punkts, atsaucoties uz VDAR 43. apsvērumu un 7. panta 4. punktu.



53. Turklāt, lai gan tas nav Tiesas lēmuma centrāls elements, EST norādīja, ka gadījumā, ja izrādās, ka noteiktas apstrādes darbības nav nepieciešamas līguma izpildei<sup>49</sup>, “lietotājiem ir jābūt iespējai līguma slēgšanas gaitā brīvi atteikties individuāli [dot savu piekrišanu] bez vajadzības pilnībā atteikties no tiešsaistes sociālā tīkla operatora piedāvātā pakalpojuma lietošanas, un tas nozīmē, ka minētajiem lietotājiem vajadzības gadījumā par atbilstošu atlīdzību ir jābūt piedāvātai līdzvērtīgai alternatīvai bez šādām datu apstrādes darbībām”<sup>50</sup>.
54. EST, atsaucoties uz VDAR 43. apsvērumu, arī uzsvēra, ka “var uzskatīt, ka piekrišana nav sniegta brīvi, ja nav paredzēta iespēja atsevišķi piekrist dažādām personas datu apstrādes darbībām, neraugoties uz to, ka tas ir atbilstīgi konkrētajā gadījumā”. Turklāt tā kā uz īpaši svarīgiem faktoriem šajā lietā norādīja uz “datu apstrādes apjomu” un “šīs apstrādes būtisko ietekmi uz šā tīkla lietotājiem”, kā arī lietotāju pamatoti sagaidāmo. Pēc tam EST nosūtīja lietas atpakaļ iesniedzējtiesai, norādot, ka tai būtu jāpārbauda, vai lietotājiem ir paredzēta iespēja atsevišķi piekrist tādu datu apstrādei, kas izriet no viņu darbībām sociālajā tīklā, un tādu datu apstrādei, kas savākti ārpus platformas<sup>51</sup>.

### 3.4 Esošie EDAK norādījumi

55. Uz šo atzinumu attiecas dažādas EDAK pieņemtas pamatnostādnes<sup>52</sup>. Šajā sakarā īpaši svarīgas ir EDAK Pamatnostādnes 05/2020 par piekrišanu<sup>53</sup>. Tās attiecas uz nosacījumiem datu subjektu brīvi dotai piekrišanai, kā arī citiem derīgas piekrišanas elementiem. Tomēr pamatnostādnes 05/2020 nav pilnībā risināts jautājums, ko EDAK iesniegušas pieprasījuma iesniedzējas UI, jo tajās nav paskaidrots, kā EDAK vispārīgie norādījumi par piekrišanu būtu jāpiemēro saistībā ar modeļiem “piekrist vai maksāt”, ko īsteno lielas tiešsaistes platformas, kuras piesaista lielu skaitu lietotāju EEZ un apstrādā viņu personas datus uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos, pamatojoties uz piekrišanu<sup>54</sup>. Tāpēc ir lietderīgi, ka EDAK uz pieprasījumā uzdoto jautājumu atbild, sniedzot EDAK atzinumu saskaņā ar VDAR 64. panta 2. punktu.
56. Tā kā šā atzinuma mērķis ir nodrošināt satvaru, saskaņā ar kuru var novērtēt modeļus “piekrist vai maksāt”, ko īsteno lielas tiešsaistes platformas, pēc kārtas tiks aplūkota katra no kumulatīvajām prasībām, kas veido piekrišanu saskaņā ar VDAR.

## 4 EDAK NOVĒRTĒJUMS

### 4.1 Principi un vispārīgi apsvērumi

---

<sup>49</sup> Šajā sakarā Tiesa 149. punktā atsaucas arī uz 102.–104. punktu.

<sup>50</sup> Pieprasījums, II iedaļa (“Šā pieprasījuma konteksts un pamatojums”), B. “Saikne starp piekrišanu un modeļiem “piekrist vai maksāt””, 3. lpp., atsaucoties uz EST sprieduma *Bundeskartellamt* 140. punktu.

<sup>51</sup> EST spriedums *Bundeskartellamt*, 151. punkts.

<sup>52</sup> Tie ietver EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, kā arī EDAK pamatnostādnes par vēršanos pie sociālo mediju lietotājiem.

<sup>53</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu.

<sup>54</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu EDAK precizēja savu nostāju attiecībā uz tā dēvētajiem “sīkdatņu mūriem”, saistībā ar kuriem datu subjektiem ir izvēle starp piekrišanu informācijas glabāšanai to galiekārtās vai nepieklūšanu pakalpojumam. Šis ir piemērs situācijai, kad datu subjektu sniegto piekrišanu nevar uzskatīt par “brīvi sniegtu”.

57. VDAR 5. pantā ir noteikti personas datu apstrādes principi. Šajā sakarā EDAK jau precizēja, ka piekrišanas saņemšana neatbrīvo pārzini no visu VDAR 5. pantā<sup>55</sup> izklāstīto principu (kā arī citu VDAR paredzēto pienākumu) ievērošanas. **Pat ja apstrāde ir balstīta uz piekrišanu, tā neattaisno personas datu vākšanu, kas pārsniedz to, kas ir nepieciešams konkrētajam nolūkam, vai veidā, kas ir negodīgs pret datu subjektiem**<sup>56</sup>.
58. Apstrādē būtu jāievēro **nepieciešamības un samērīguma**<sup>57</sup> principi. Ir ārkārtīgi svarīgi ievērot **nolūka ierobežojumu un datu minimizēšanas**<sup>58</sup> principus. Saskaņā ar nolūka ierobežojumu principu personas dati jāvēc konkrētos, skaidros un legītimos nolūkos<sup>59</sup>. Pārziņiem ir pienākums skaidri definēt apstrādes nolūkus, arī attiecībā uz apstrādi, ko veic uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos<sup>60</sup>. Turklāt pārziņiem ir jānodrošina atbilstība datu minimizēšanas principam<sup>61</sup>, saskaņā ar kuru personas datiem jābūt adekvātiem, atbilstīgiem un jāietver tikai tas, kas nepieciešams to apstrādes nolūkos, un kas ir samērīguma principa<sup>62</sup> izpausme. Šajā sakarā pārziņiem vispirms būtu jānosaka, vai tiem vispār ir jāapstrādā personas dati to attiecīgajos nolūkos, un **jāpārbauda, vai attiecīgos nolūkus var sasniegt ar mazāk traucējošiem līdzekļiem vai apstrādājot mazāk personas datu**, vai arī izmantojot mazāk detalizētus vai apkopotus personas datus<sup>63</sup>. Šajā ziņā būtiska nozīme ir 4.2.1.1. iedaļai.
59. EDAK norāda, ka uz uzvedību balstīta reklāma var ietvert iespējami plašu personas datu vākšanu un apkopšanu par personām un to darbībām, potenciāli uzraugot visu viņu dzīvi gan tiešsaistē, gan bezsaistē<sup>64</sup>. EDAK uzskata, ka, novērtējot atbilstību datu minimizēšanas principam, ir jāņem vērā apstrādes apjoms un iekļaušanās pakāpe. Tādējādi pārmērīga izsekošana, kas ietver dažādu datu avotu apvienošanu dažādās tīmekļa vietnēs, ir grūtāk savienojama ar datu minimizēšanas principu nekā, piemēram, personalizētu reklāmu sistēma, kurā lietotāji paši aktīvi un apzināti nosaka savas vēlmes.
60. Apstrādes darbībās vienmēr būtu jāievēro **godprātības** princips<sup>65</sup>. Godprātības principa galvenie elementi cita starpā ir nepieciešamība, lai apstrāde atbilstu datu subjektu saprātīgām gaidām, nepieciešamība pārzinim netaisnīgi nediskriminēt datu subjektus vai izmantot viņu vajadzības vai ievainojamību, nepieciešamība izvairīties no spēku nevienlīdzības vai ņemt to vērā un nepieciešamība izvairīties no jebkādas maldinošas vai manipulatīvas valodas vai dizaina<sup>66</sup>. Šajā sakarā EDAK atgādina,

---

<sup>55</sup> EDAK pamatnostādņu par piekrišanu 5. punkts (“Turklāt piekrišanas saņemšana neizslēdz un nekādā veidā nesamazina pārziņa pienākumus ievērot VDAR (..) noteiktos apstrādes principus (..)”).

<sup>56</sup> EDAK pamatnostādņu par piekrišanu 5. punkts (“Pat ja personas datu apstrādes pamatā ir datu subjekta piekrišana, tā nevar kalpot par likumīgu pamatu tādu datu vākšanai, kas nav nepieciešami konkrētajam apstrādes nolūkam, un tādējādi būtu pašos pamatos negodīga”).

<sup>57</sup> EDPB pamatnostādnes par piekrišanu, 5.c punkts (“Turklāt piekrišanas saņemšana neizslēdz un nekādā veidā nesamazina pārziņa pienākumus ievērot VDAR, jo īpaši tās 5. pantā, noteiktos apstrādes principus attiecībā uz godprātību, nepieciešamību un proporcionalitāti, kā arī attiecībā uz datu kvalitāti.”).

<sup>58</sup> VDAR 5. panta 1. punkta b) un c) apakšpunkts.

<sup>59</sup> EDAK pamatnostādnes par integrētu datu aizsardzību un datu aizsardzību pēc noklusējuma, 3.4. iedaļa.

<sup>60</sup> EDAK pamatnostādnes par integrētu datu aizsardzību un datu aizsardzību pēc noklusējuma, 72. punkts (atsaucoties uz nolūku elementiem “iepriekšēja noteikšana” un “specifiskums” kā daļu no nolūka ierobežojumu principa).

<sup>61</sup> EDAK pamatnostādnes par integrētu datu aizsardzību un datu aizsardzību pēc noklusējuma, 3.4. un 3.5. iedaļa.

<sup>62</sup> EST, Tiesas spriedums lietā C-439/19 (Latvijas Republikas Saeima), 98. punkts.

<sup>63</sup> EDAK pamatnostādnes par integrētu datu aizsardzību un datu aizsardzību pēc noklusējuma, 51. un 74. punkts.

<sup>64</sup> Sk. 2.1.2. iedaļu iepriekš.

<sup>65</sup> VDAR 5. panta 1. punkta a) apakšpunkts.

<sup>66</sup> EDAK pamatnostādnes par integrētu datu aizsardzību un datu aizsardzību pēc noklusējuma, 70. punkts.

ka ir jāizvairās no maldinošiem dizaina modeļiem<sup>67</sup>. Turklāt pārzinim būtu jāņem vērā apstrādes plašākā ietekme uz indivīdu tiesībām un cieņu un jāpiešķir datu subjektiem pēc iespējas lielāka autonomija<sup>68</sup>. Ļoti svarīgi, lai pārziņi to paturētu prātā, jo īpaši gadījumos, kad viņu veiktā apstrāde ir īpaši traucējoša. EDAK arī norāda, ka godprātība var būt viegli saprotams kritērijs vai atskaites punkts pārziņiem, izvērtējot modeli “piekrist vai maksāt”. Šajā sakarā ir svarīgi, lai pārziņi spētu pierādīt, kāpēc tie uzskata, ka noteiktas izvēles atbilst iepriekšējā punktā aprakstītajam godprātības principam. Tas ir īpaši svarīgi gadījumos, kad pārzinis sašaurina datu subjekta izvēles iespējas (piemēram, nesniedzot bezmaksas alternatīvu, kas neietver uz uzvedību balstītu reklāmu, kā aprakstīts 4.2.1.1. iedaļā) vai ja tas var nepamatoti ietekmēt datu subjekta izvēli (piemēram, iekasējot tādu maksu, kas faktiski liedz datu subjektiem izdarīt brīvu izvēli).

61. No pārziņiem arī tiek sagaidīts, ka viņi ievēros **pārredzamības** principu. Piemērojot šo principu, pārziņiem būtu jāļauj datu subjektiem viegli saprast, kā viņu izvēle ietekmēs viņu personas datu apstrādi<sup>69</sup>. Attiecībā uz piekrišanu tas ir sīkāk aprakstīts 4.2.2. iedaļā.
62. Saskaņā ar VDAR 25. panta 1. punktu pārzinis ievēro **integrētas datu aizsardzības principu**. Tas nozīmē, ka tas īsteno atbilstošus tehniskus un organizatoriskus pasākumus, kas ir paredzēti, lai īstenotu datu aizsardzības principus un lai apstrādē integrētu vajadzīgās garantijas nolūkā izpildīt prasības un aizsargāt datu subjektu tiesības un brīvības<sup>70</sup>.
63. Turklāt saskaņā ar VDAR 25. panta 2. punktu pārzinis ievēro principu par datu **aizsardzību pēc noklusējuma**. Tas nozīmē, ka pārzinim vajadzētu izvēlēties un būt atbildīgam par noklusējuma apstrādes iestatījumu un iespēju īstenošanu tādā veidā, ka pēc noklusējuma tiek veikta tikai apstrāde, kas ir absolūti nepieciešama, lai sasniegtu noteikto likumīgo nolūku. Tas nozīmē, ka pēc noklusējuma pārzinis nevāc vairāk datu, nekā tas ir nepieciešams, tas neapstrādā savāktos datus vairāk, nekā tas ir nepieciešams to nolūkiem, kā arī neglabā datus ilgāk, nekā tas ir nepieciešams<sup>71</sup>.
64. Bērniem tiek nodrošināta īpaša aizsardzība, jo sevišķi saistībā ar profilēšanu un tirgvedības nolūkos<sup>72</sup>. Jo īpaši uz uzvedību balstītu reklāmu nedrīkstētu rādīt **bērniem**<sup>73</sup>, un līdz ar to viņiem nevajadzētu saskarties ar modeļiem “piekrist vai maksāt”, kas pieprasa piekrišanu šādai datu apstrādei.
65. Šajā ziņā īpaši svarīgs ir VDAR 5. panta 2. punktā noteiktais **pārskatatbildības** princips, kas paredz, ka pārzinis ir atbildīgs par atbilstību citiem VDAR 5. panta principiem un tam ir jāspēj šādu atbilstību pierādīt<sup>74</sup>. Attiecībā uz piekrišanu 7. panta 1. punktā ir skaidri noteikts, ka pārzinim ir jāspēj pierādīt, ka datu subjekti ir piekrituši datu apstrādei, ja tas kā juridisko pamatu izmanto piekrišanu. Kā EST norādīja spriedumā *Bundeskartellamt*<sup>75</sup>, pārzinim ir jāspēj pierādīt, ka datu subjekta piekrišana ir

---

<sup>67</sup> EDAK Pamatnostādnes 3/2022 par maldinošiem dizaina modeļiem sociālo mediju platformu saskarnēs – kā tos atpazīt un no tiem izvairīties, versija 2.0, pieņemta 2023. gada 14. februārī (turpmāk “EDAK pamatnostādnes par maldinošiem dizaina modeļiem”).

<sup>68</sup> EDAK pamatnostādnes par integrētu datu aizsardzību un datu aizsardzību pēc noklusējuma, 70. punkts.

<sup>69</sup> VDAR 39. apsvēruma. 29. panta darba grupas pamatnostādnes par pārredzamību, 4. punkts; EDAK pamatnostādnes par integrētu datu aizsardzību un datu aizsardzību pēc noklusējuma, 66. punkts.

<sup>70</sup> EDAK pamatnostādnes par integrētu datu aizsardzību un datu aizsardzību pēc noklusējuma, 7. punkts.

<sup>71</sup> EDAK pamatnostādnes par integrētu datu aizsardzību un datu aizsardzību pēc noklusējuma, 42. punkts.

<sup>72</sup> VDAR 38. apsvēruma.

<sup>73</sup> Sk. arī Digitālo pakalpojumu akta 28. panta 2. punktu.

<sup>74</sup> Šajā sakarā sk. Tiesas spriedumu lietā C-175/20 SIA “SS” / Valsts ieņēmumu dienests, ECLI:EU:C:2022:124, 77. punkts.

<sup>75</sup> EST spriedums *Bundeskartellamt*, 152. punkts.

sniegta brīvi, ņemot vērā apstrādes apstākļus, un ka ir izpildīti visi pārējie derīgas piekrišanas nosacījumi.

## 4.2 Derīgas piekrišanas prasības

66. Lai atbildētu uz jautājumu par to, kādos apstākļos un ar kādiem nosacījumiem lielas tiešsaistes platformas var īstenot modeļus “piekrist vai maksāt”, kas saistīti ar reklāmu, kas balstīta uz uzvedību, tādā veidā, kas ir derīga un jo īpaši brīvi sniegta piekrišana, šajā atzinumā tiks aplūkotas visas kumulatīvās prasības, kas veido piekrišanu saskaņā ar VDAR.

### 4.2.1 Brīvi sniegta piekrišana

67. Kritērijs “brīvi sniegta piekrišana” ir būtisks, lai izprastu piekrišanu kā personas datu apstrādes juridisko pamatu. Piekrišanas kā apstrādes juridiskā pamata īpatnība ir tāda, ka apstrādes likumību nosaka datu subjekta lēmums (“viennozīmīga norāde uz datu subjekta vēlmēm”) un – kas būtiski – viņa izvēles brīvība pieņemt šādu lēmumu.
68. Pārziņiem ir jānodrošina, ka datu subjektiem ir reāla izvēles brīvība, kad viņiem lūdz dot piekrišanu savu personas datu apstrādei, un tie nedrīkst ierobežot datu subjektu autonomiju, apgrūtinot iespēju atteikties, nevis dot piekrišanu<sup>76</sup>. To atbalsta arī viens no galvenajiem VDAR mērķiem, proti, nodrošināt datu subjektiem kontroli pār saviem personas datiem<sup>77</sup>. Lai piekrišanu varētu sniegt brīvi, datu subjektiem ir jāspēj pašiem noteikt, vai apstrāde var notikt bez pārziņa vai citu personu neatbilstošas ietekmes<sup>78</sup>, un saņemt atbilstošu informāciju par apstrādi<sup>79</sup>.
69. EDAK jau iepriekš ir norādījusi, ka vārds “brīva” norāda uz “reālu izvēles iespēju un datu subjektu kontroli” un ka “VDAR paredz, ka gadījumos, kad datu subjektam nav reālas izvēles, kad viņš jūt, ka piekrišana ir piespiedu vai tās nesniegšanas rezultātā iestāsies nelabvēlīgas sekas, piekrišana nebūs spēkā esoša”<sup>80</sup>. Kā vairākkārt uzsvērusi EDAK, piekrišana var būt spēkā esoša tikai tad, ja datu subjektam ir patiesa izvēle, nepastāv maldināšanas, iebiedēšanas, piespiešanas vai nozīmīgu nelabvēlīgu seku risks, ja datu subjekts nedod piekrišanu. Piekrišana nebūs brīvi sniegta gadījumos, kad ir piespiešanas, spiediena vai nespējas īstenot brīvu gribu elements<sup>81</sup>.
70. VDAR ir paredzēti vairāki kritēriji, kas būtu jāizmanto, lai novērtētu, vai konteksts un apstākļi, kādos notiek datu apstrāde, nodrošina datu subjektiem pietiekamu autonomiju, lai viņu piekrišanu varētu uzskatīt par “brīvi sniegtu”. Kā EDAK skaidrojusi savās pamatnostādnēs par piekrišanu, galvenie kritēriji, kas jāņem vērā, novērtējot, vai piekrišana ir derīga, ir tas, vai datu subjekts cieš no nelabvēlīgām sekām, ja piekrišana netiek dota vai tiek atsaukta; vai pastāv spēku nevienlīdzība starp datu subjektu un pārziņi; vai ir vajadzīga piekrišana, lai piekļūtu precēm vai pakalpojumiem, pat ja apstrāde nav nepieciešama līguma izpildei (nosacījumi), kā arī vai datu subjekts var piekrist dažādām

<sup>76</sup> Tas pats attiecas arī uz piekrišanas atsaukšanu; sk. VDAR 7. panta 2. punktu.

<sup>77</sup> Sk. VDAR 7., 42. un 43. apsvērumu. Citi tādu noteikumu piemēri, kuru mērķis ir stiprināt datu subjektu kontroli pār saviem personas datiem, ir VDAR III nodaļā noteiktais pārredzamības princips un datu subjektu tiesības.

<sup>78</sup> Šajā sakarā sk. EDAK pamatnostādnes par maldinošiem dizaina modeļiem, ņemot vērā to 3. punktā minēto, ka “maldinoši dizaina modeļi” var kavēt datu subjektu spēju sniegt apzinātu un brīvi dotu piekrišanu.

<sup>79</sup> Šajā sakarā būtiski ir 4.2.2. iedaļā par apzinātu piekrišanu izklāstītie apsvērumi, un tie būtu jāņem vērā.

<sup>80</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 13. punkts.

<sup>81</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 24. punkts.

apstrādes darbībām (detalizācija)<sup>82</sup>. Arī EST spriedumā *Bundeskartellamt* norādīja, ka šie ir galvenie apsvērumi par to, vai datu subjekta dotā piekrišana ir derīga<sup>83</sup>.

71. Tas, vai kritēriji ir izpildīti, jāapsver katrā konkrētā gadījumā atsevišķi, ņemot vērā konkrēto apstrādes situāciju. Pārziņiem būtu jāspēj pierādīt, ka piekrišana ir dota brīvi. Šajā ziņā, lai gan kritēriji ir savstarpēji saistīti, brīdī, kad datu subjekts piekrīt apstrādei, tiem visiem jābūt ievērotiem. Piemēram, ja pārzinis veic pasākumus, lai izvairītos no jebkādiem nosacījumiem, bet nepiekrišana kaitētu datu subjektam, piekrišana netiek dota brīvi.

#### 4.2.1.1 Tādas bezmaksas alternatīvas nodrošināšana, kas neietver uz uzvedību balstītu reklāmu

72. Kā aprakstīts iepriekšējā iedaļā, datu subjektiem vajadzētu būt reālai un patiesai izvēles brīvībai, kad tiem lūdz piekrišanu savu personas datu apstrādei. Šādā kontekstā datu subjekta izvēles brīvība ir atkarīga arī no lietotājiem piedāvātajām iespējām.
73. **(Tikai) maksas alternatīvas piedāvāšanai pakalpojumam, kas ietver apstrādi uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos, nevajadzētu būt pārziņu noklusējuma risinājumam.** Gluži pretēji, izstrādājot alternatīvu pakalpojuma versijai ar reklāmu, kas balstīta uz uzvedību, **pārziņiem būtu jāapsver iespēja nodrošināt datu subjektiem "līdzvērtīgu alternatīvu", kas neietver maksas maksāšanu,** piemēram, bezmaksas alternatīvu, kas neietver uz uzvedību balstītu reklāmu, kā aprakstīts tālāk šajā iedaļā.
74. **Ja pārziņi nolemj sniegt datu subjektiem "līdzvērtīgu alternatīvu", kas ietver maksas maksāšanu,** EDAK uzsver, ka īpaša uzmanība būtu jāpievērš šajā atzinumā ietvertajiem elementiem, piemēram, tiem, kas iekļauti 4.2.1.4.1. un 4.2.1.4.2. iedaļā. Šādos gadījumos, lai nodrošinātu patiesu izvēli un izvairītos no tā, ka lietotājiem tiek piedāvātas tikai divas izvēles iespējas starp maksas maksāšanu un piekrišanu apstrādei uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos, **pārziņiem būtu jāapsver arī citas bezmaksas alternatīvas piedāvāšana** ("bezmaksas alternatīva, kas neietver uz uzvedību balstītu reklāmu").
75. Šī alternatīva nedrīkst ietvert apstrādi uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos, un tā var būt, piemēram, pakalpojuma versija **ar cita veida reklāmu, kurā personas datu apstrāde tiek veikta mazākā apmērā vai netiek veikta vispār,** piemēram, kontekstuālu vai vispārēju reklāmu vai reklāmu, kuras pamatā ir temati, ko datu subjekts izvēlējies no interešu tematu saraksta. Tas, kā atgādināts 4.1. iedaļā, ir saistīts arī ar datu minimizēšanas principu – pārziņiem būtu jānodrošina, ka tiek apstrādāti tikai tie personas dati, kas ir nepieciešami šādas reklāmas izvietošanai. Pārziņiem jebkurā gadījumā būtu jāpatur prātā nepieciešamība attiecīgā gadījumā ievērot VDAR 6. pantu un E-privātuma direktīvas 5. panta 3. punktu.
76. Lai gan lielām tiešsaistes platformām nav pienākuma vienmēr piedāvāt pakalpojumus bez maksas, šīs papildu alternatīvas pieejamības nodrošināšana datu subjektiem **palielina viņu izvēles brīvību.** Tādējādi **pārziņiem ir vieglāk pierādīt, ka piekrišana ir dota brīvi.**
77. EDAK uzskata, ka tas, vai tiek sniegta bezmaksas alternatīva, kas neietver uz uzvedību balstītu reklāmu, ir **īpaši svarīgs faktors, kas jāņem vērā, novērtējot, vai datu subjekti var izdarīt reālu izvēli** un vai tāpēc piekrišana ir derīga. Kā EDAK norādīja savā atbildē uz Komisijas iniciatīvu par sīkdatņu solījumu, EDAK, vērtējot piekrišanas derīgumu un to, vai datu subjekts var izdarīt reālu izvēli, cita starpā uzskata par būtisku to, vai lietotājam papildus pakalpojumam, kurā izmanto izsekošanas tehnoloģiju, un

<sup>82</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 13.–54. punkts.

<sup>83</sup> EST spriedums *Bundeskartellamt*, 143.–146. punkts.

maksas pakalpojumam tiek piedāvāts arī cita veida pakalpojums, piemēram, tāds, kas ietver mazāk traucējošu reklāmas veidu<sup>84</sup>.

78. Bezmaksas alternatīvai, kas neietver uz uzvedību balstītu reklāmu un kas piedāvāta kā vēl viena alternatīva, būtu **būtiska nozīme, lai novērstu, mazinātu vai atvieglinātu nelabvēlīgas sekas**, kas var rasties lietotājiem, kuri nav snieguši piekrišanu, ja tiem būtu jāmaksā maksa par piekļuvi pakalpojumam vai ja viņi nevarētu tam piekļūt.
79. Turklāt, kā iepriekš norādījusi EDAK, ja pastāv skaidra spēku nevienlīdzība, piekrišanu var izmantot tikai "izņēmuma gadījumos" un ja pārzinis saskaņā ar pārskatatbildības principu var pierādīt, ka datu subjektam "neiestāsies negatīvas sekas", ja tas nesniegs savu piekrišanu, jo īpaši, ja datu subjektiem tiek piedāvāta alternatīva, kam nav negatīvas ietekmes<sup>85</sup>. Šā atzinuma kontekstā šāda alternatīva varētu būt bezmaksas alternatīvas, kas neietver uz uzvedību balstītu reklāmu, piedāvāšana.
80. Tam, vai pārziņi piedāvā bezmaksas alternatīvu, kas neietver uz uzvedību balstītu reklāmu, var būt nozīme arī citu brīvi sniegtas piekrišanas aspektu izvērtēšanā, piemēram, vai pastāv nosacījumi, kā paskaidrots šā atzinuma 4.2.1.4. iedaļā.
81. Ja datu subjektiem tiek piedāvātas dažādas iespējas, pārziņiem būtu arī jānodrošina, ka datu subjekti pilnībā saprot, ko katra iespēja ietver attiecībā uz datu apstrādi un tās sekām. Šajā sakarā būtiski ir 4.2.2. iedaļā par apzinātu piekrišanu izklāstītie apsvērumi, un tie būtu jāņem vērā. Saskarnes dizainā būtu jāatspoguļo arī **dažādo izvēles iespēju skaidrība**, jo saskaņā ar godprātības principu būtu jāizvairās no maldinoša vai manipulatīva dizaina<sup>86</sup>.
82. EDAK arī atgādina, ka pārziņiem, kas ir vārtziņi saskaņā ar Digitālo tirgu aktu un/vai ļoti lielas tiešsaistes platformas saskaņā ar Digitālo pakalpojumu aktu, izstrādājot alternatīvas iespējas lietotājam, būtu jāņem vērā attiecīgajai kategorijai piemērojamās prasības<sup>87</sup>.

#### 4.2.1.2 Nelabvēlīgas sekas

83. Saskaņā ar VDAR 42. apsvērumu, lai piekrišanu varētu uzskatīt par brīvi sniegtu, datu subjektam ir jābūt īstai izvēlei un jāvar atteikties vai atsaukt savu piekrišanu bez nelabvēlīgām sekām, kas nozīmē, ka datu

---

<sup>84</sup> EDAK atbilde uz 2023. gada 13. decembrī pieņemto Komisijas iniciatīvu par uzņēmēju brīvprātīgu solījumu vienkāršot patērētāju veiktu sīkdatņu un personalizētu reklāmu izvēli, pielikuma 5. lpp.: "Novērtējot, vai piekrišana ir derīga, EDAK cita starpā par būtisku uzskata to, vai papildus pakalpojumam, kurā izmanto izsekošanas tehnoloģiju un maksas pakalpojumu, tiek piedāvāts arī cita veida pakalpojums, piemēram, pakalpojums ar mazāk privātumam traucējošu reklāmas veidu, piemēram, kontekstuālu reklāmu, un vai datu subjekts var izdarīt reālu izvēli."

<sup>85</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 22. punkts un 5. piemērs.

<sup>86</sup> Sk. EDAK pamatnostādnes par integrētu datu aizsardzību un datu aizsardzību pēc noklusējuma, 70. punkts. Sk. arī EDAK pamatnostādnes par maldinošiem dizaina modeļiem.

<sup>87</sup> Sk. Digitālo tirgu akta 5. panta 2. punktu. Sk. arī Digitālo tirgu akta 36. apsvērumu: "[I]ai nodrošinātu, ka vārtziņi negodīgā veidā neapdraud platformas pamatpakalpojumu sāncensību, vārtziņiem būtu jādod galalietotājiem brīva iespēja izvēlēties šādu datu apstrādes un pierakstīšanās praksi, piedāvājot mazāk personalizētu, bet ekvivalentu alternatīvu un neparedzot nosacījumu, ka platformas pamatpakalpojuma vai dažu tā funkciju izmantošanai ir atkarīga no galalietotāja piekrišanas." Turklāt Digitālo tirgu akta 37. apsvērumā ir papildināts: "[m]azāk personalizētajai alternatīvai nevajadzētu būt atšķirīgai vai sliktākai kvalitātes ziņā salīdzinājumā ar pakalpojumu, ko sniedz galalietotājiem, kuri dod piekrišanu, ja vien kvalitātes pasliktināšanās nav tiešas sekas tam, ka vārtzinis nespēj apstrādāt šādus personas datus vai pierakstīt galalietotājus pakalpojumā." Sk. arī Digitālo pakalpojumu akta 38. pantu: "(..) ļoti lielu tiešsaistes platformu un ļoti lielu tiešsaistes meklētājprogrammu nodrošinātāji, kas izmanto ieteikumu sistēmas, nodrošina vismaz vienu iespēju katrai no savām ieteikumu sistēmām, kura nav balstīta uz profilēšanu, kā definēts Regulas (ES) 2016/679 4. panta 4. punktā."

subjektam netiek nodarīts kaitējums<sup>88</sup>. Pārzinim ir jāparāda, ka piekrišanu var atteikt vai atsaukt bez nelabvēlīgām sekām<sup>89</sup>.

84. Ja datu subjekts atsakās dot piekrišanu datu apstrādei uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos un nav citu bezmaksas alternatīvu, kas tam ļautu piekļūt tam pašam pakalpojumam, datu subjekts saskartos ar finansiālām sekām, jo tam būtu jāmaksā maksa, lai varētu izmantot pakalpojumu. Tas jo īpaši attiecas uz gadījumiem, kad pastāv piesaistes efekts un lietotājs ir varējis izmantot pakalpojumu ilgāku laiku bez maksas.
85. Lai izvairītos no nelabvēlīgām sekām VDAR 42. apsvēruma nozīmē un nodrošinātu, ka datu subjektiem ir iespēja izdarīt patiesu izvēli, pakalpojuma piedāvājuma veidam<sup>90</sup>, kā arī maksai (ja tāda ir) nevajadzētu būt tādai, kas faktiski attur datu subjektus no brīvas izvēles izdarīšanas, piemēram, uzvedinot datu subjektu dot piekrišanu. Tāpēc attiecīgajai maksai nevajadzētu būt nepamatoti augstai, un tas ir sīkāk aplūkots 4.2.1.4.2. iedaļā.
86. Ja datu subjekts atsakās sniegt piekrišanu vai atsauc piekrišanu un nesamaksā pieprasīto maksu, tas nevarēs izmantot pakalpojumu, un tas var radīt nelabvēlīgas sekas datu subjektam. Šādos gadījumos nelabvēlīgas sekas datu subjektiem var radīt dažādi faktori.
87. Datu subjektiem var rasties nelabvēlīgas sekas, ja viņiem kļūst neiespējami izmantot pakalpojumu, kas ir daļa no viņu ikdienas dzīves un kam ir liela nozīme. Tas varētu attiekties, piemēram, uz platformu, ko persona parasti un sistemātiski izmanto, lai izplatītu informāciju, kas var nebūt viegli pieejama no citiem avotiem, vai uz platformu, kuras izmantošana ir nepieciešama, lai piekļūtu konkrētiem pakalpojumiem, kas attiecas uz personas ikdienas dzīvi. Tā var būt tāda informācija vai tās apmaiņa, no kuras lietotāji ir atkarīgi savā ikdienas dzīvē, un tāpēc viņiem ir grūtāk nepiedalīties platformā. Šāda veida situācijas var būt dažādas, sākot no svarīgas informācijas ārkārtas situācijās un beidzot ar informāciju, ko vecāki saņem par bērnu sociālajām aktivitātēm. Turklāt platforma var būt svarīgs forums publiskām debatēm par politiskiem, sociāliem, kultūras un ekonomikas jautājumiem.
88. Tāpat noteiktu sociālo mediju pakalpojumu izmantošanai varētu būt izšķiroša nozīme datu subjektu līdzdalībā sabiedriskajā dzīvē. Ņemot vērā straujās tehnoloģiskās inovācijas un to, ka lielākā daļa cilvēku ir tiešsaistē, nevajadzētu par zemu novērtēt sociālo mediju nozīmi datu subjektu ikdienas dzīvē un mijiedarbībā. Daudzi datu subjekti paļaujas uz šīm platformām kā svarīgu līdzekli, lai uzturētu kontaktus ar cilvēkiem, kurus viņi ikdienas gaitās fiziski nesastop, piemēram, draugiem un/vai ģimeni. Ņemot vērā to, ka sociālie mediji ir īpaši vērtīga un ērta alternatīva saskarsmei klātienē, to nepieejamība var būtiski ietekmēt dažu lietotāju emocionālo un psiholoģisko labbūtību. Iepriekš minētajos gadījumos datu subjekti var tikt izslēgti no platformā notiekošās sociālās mijiedarbības un justies sociāli izolēti, jo īpaši, ja nav alternatīva pakalpojuma, kas piedāvā līdzīgu pieredzi un ko izmanto arī personas, ar kurām datu subjekts uztur sociālos kontaktus. Tas pats attiecas uz dalību tiešsaistes diskusiju forumos. Datu subjekti varētu tikt izslēgti no dalības šajos tiešsaistes diskusiju forumos, lai gan tie mūsdienās ir nozīmīga tiešsaistes domu apmaiņas daļa.
89. Datu subjektiem var rasties nelabvēlīgas sekas arī tad, ja gadījumā, ja viņi nemaksā maksu un nedod piekrišanu, viņiem tiek liegta piekļuve profesionālām vai uz nodarbinātību orientētām platformām. Konkrētāk, tas var negatīvi ietekmēt viņu iespējas atrast darba piedāvājumus vai veidot un/vai uzturēt

<sup>88</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 46.–48. punkts. Sk. arī 24. punktu.

<sup>89</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 46. punkts.

<sup>90</sup> Kaut arī piekrišanu bieži var sniegt ar vienu darbību, piekrišanas atsaukšanas gadījumā datu subjektam, iespējams, būtu jāveic ilgāks un apgrūtinātāks maksāšanas process, kas potenciāli ir saistīts ar turpmākām datu apstrādes darbībām.

profesionālus tīklus, viņi var justies nelabvēlīgā situācijā salīdzinājumā ar lietotājiem, kuriem ir piekļuve attiecīgajam pakalpojumam, vai nespēt sekot līdzi svarīgiem notikumiem viņu attiecīgajās darba jomās.

90. Turklāt lielas tiešsaistes platformas gadījumā, kurā var pastāvēt **piesaistes vai tīkla efekts**, nelabvēlīgu seku rašanās varbūtība ir lielāka, un, iespējams, tās var būt nozīmīgākas. Nelabvēlīgās sekas, ko rada piekļuves liegšana kādam pakalpojumam, **var būt vēl svarīgākas tādu tiešsaistes platformu lietotājiem, kuras no to darbības sākuma nav īstenojušas modeļus “piekrist vai maksāt”, bet vēlāk nolēmušas tos ieviest.**
91. **Tīkla efekts** var kavēt datu subjektus pieņemt lēmumu atteikties no piekļuves attiecīgajam pakalpojumam, neciešot no tā negatīvas sekas. Tas jo īpaši attiecas uz platformām, kas ļauj uz lietotāju radītu saturu vai lietotāju savstarpējo mijiedarbību, piemēram, video/attēlu koplietošanas platformām un saziņas platformām, piemēram, sociālo mediju vietnēm, iepazīšanās platformām, diskusiju forumiem vai rezervēšanas platformām ar lielu lietotāju skaitu. Ja platformai ir liela lietotāju bāze, jauni un jau esoši lietotāji var uzskatīt, ka mijiedarbība ar šo konkrēto pakalpojumu ir nepieciešama, lai pievienotos kādai digitālai kopienai, kurā ir viņu draugi, ģimene, kolēģi, vai lai piedalītos politiskās diskusijās vai sarunās. Citi var uzskatīt, ka viņiem pakalpojums jāizmanto profesionālā kontekstā vai ka viņiem kā vecākiem ir jāizmanto konkrēta vietne, lai saņemtu informāciju par saviem bērniem, piemēram, vecāku grupas, lai plānotu bērnu sociālās aktivitātes. Nesadarbošanās platformā vai cita pakalpojuma izvēle var būt nereāla, jo indivīdam, piemēram, ir grūti pārliecināt savas sociālās, profesionālās vai politiskās aprindas pāriet no viena pakalpojuma uz citu, kas neizseko savus lietotājus.
92. Nelabvēlīgas sekas datu subjektiem var radīt arī jebkāds **piesaistes efekts**. Lietotāji, kuri platformu izmanto jau kādu laiku, iespējams, jau ir izveidojuši savu tiešsaistes klātbūtni platformā, devuši ieguldījumu tajā, piemēram, attiecībā uz saziņu un mijiedarbību ar citiem lietotājiem, satura radīšanu, sekotāju un atzīmju “patīk” iegūšanu utt. Šis efekts vēl vairāk pastiprinās, ja lietotājs platformā ir pavadījis daudz laika, piemēram, ja platforma tiek piedāvāta jau ilgāku laiku. Ja šādiem lietotājiem tiek prasīts maksāt maksu vai piekrist savu personas datu apstrādei uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos, lai varētu turpināt izmantot pakalpojumu, bet viņi atsakās to darīt un zaudē piekļuvi pakalpojumam, pastāv risks, ka viņi nevarēs pārņest savu mijiedarbību, sekotājus un kontaktus uz jauno platformu un/vai zaudēs saturu un informāciju, ko viņi apkopojuši vai radījuši, iepriekš izmantojot attiecīgo pakalpojumu. Tas varētu ietvert plašu materiālu klāstu, piemēram, personisko saziņu, kontaktpersonu sarakstus, meklēšanas vēsturi, saglabātās preferences, attēlus, informācijas paneļus, dažādas personalizētas datubāzes utt. Mediju koplietošanas vietnes satura radītājam tas var radīt ļoti būtiskus un, iespējams, neatgriezeniskus zaudējumus lietotājam, piemēram, iespējamus finansiālus zaudējumus, kā arī zaudējumus, kas saistīti ar viņa gadiem ilgi platformā veidoto portfolio un sekotāju zaudēšanu.
93. Šajā kontekstā ir svarīgi atgādināt datu subjekta tiesību nozīmi un to, ka pārzinim šīs tiesības vienmēr ir jāievēro. Pat tad, ja datu subjektam vairs nebūtu piekļuves pakalpojumam, tam joprojām būtu tiesības izmantot savas datu subjekta tiesības saskaņā ar VDAR, piemēram, tiesības piekļūt saviem personas datiem un tiesības uz datu pārnesamību. Pārziņa pienākums ir informēt datu subjektus par to, sniedzot datu subjektiem iespēju izvēlēties – dot vai nedot savu piekrišanu – un nodrošinot, ka tiks saglabāta iespēja izmantot šīs tiesības.
94. Ja pastāv kāda no iepriekšējos punktos aprakstītajām (neizsmeļošajām) negatīvajām sekām, tad, piedāvājot vienīgi izvēli starp maksas pakalpojumu un pakalpojumu, kas ietver uz uzvedību balstītu reklāmu, pamatojoties uz datu subjekta piekrišanu, tiktu ietekmēta datu subjekta iespēja izdarīt patiesu izvēli un iespēja nedot piekrišanu bez nelabvēlīgām sekām.



95. Ņemot vērā iepriekš minēto, ja lielas tiešsaistes platformas izmanto modeli “piekrist vai maksāt”, lai saņemtu piekrišanu apstrādei, var rasties nelabvēlīgas sekas. Kā minēts iepriekš 4.2.1.1. iedaļā, tam, vai pārzinis kā vēl vienu alternatīvu piedāvā bezmaksas alternatīvu, kas neietver uz uzvedību balstītu reklāmu, būtu būtiska nozīme, lai novērstu, mazinātu vai atvieglinātu nelabvēlīgas sekas, kas var rasties lietotājiem, kuri nav snieguši piekrišanu, ja tiem būtu jāmaksā maksa par piekļuvi pakalpojumam vai ja viņi nevarētu tam piekļūt.

#### 4.2.1.3 Spēku nevienlīdzība

96. VDAR 43. apsvēruma pirmajā daļā ir teikts, ka, novērtējot, vai datu subjekta piekrišana ir dota brīvi, svarīga ir varas dinamika starp datu subjektu un pārzini:

“Lai nodrošinātu, ka piekrišana ir sniegta brīvi, piekrišanai nevajadzētu kalpot par derīgu juridisko pamatu personas datu apstrādei konkrētā gadījumā, kad datu subjekta un pārziņa attiecībās pastāv skaidra nevienlīdzība, jo īpaši, ja pārzinis ir publiska iestāde un tāpēc ir maz ticams, ka piekrišana visos minētās konkrētās situācijās apstākļos bija sniegta brīvi. (..)”

97. Tā kā “brīvi sniegts” nozīmē, ka datu subjektam ir jāspēj īstenot autonomijas tiesības, ir jāapsver pārziņa pozīcija un pilnvaras, kādas tam ir attiecībā pret datu subjektiem. Ja attiecīgajā situācijā starp pārzini un datu subjektu pastāv skaidra nevienlīdzība, datu subjekts var justies spiests pieņemt lēmumu, ko viņš citādi nebūtu pieņēmis, un tas ierobežo viņa izvēles brīvību. Kā minēts iepriekš, VDAR 43. apsvērumā ir skaidri noteikts, ka piekrišanu principā nevar izmantot kā juridisko pamatu skaidras nevienlīdzības situācijā.

98. Turklāt, kā iepriekš norādījusi EDAK, ja pastāv skaidra nevienlīdzība, piekrišanu var izmantot tikai “izņēmuma gadījumos” un ja pārzinis saskaņā ar pārskatatbildības principu var pierādīt, ka datu subjektam “neiestāsies negatīvas sekas”, ja tas nesniegs savu piekrišanu, jo īpaši, ja datu subjektiem tiek piedāvāta alternatīva, kam nav negatīvas ietekmes<sup>91</sup>. Šā atzinuma kontekstā šāda alternatīva varētu būt bezmaksas alternatīvas, kas neietver uz uzvedību balstītu reklāmu, piedāvāšana (sk. 4.2.1.1. iedaļu).

99. Visiem pārziņiem, kas izmanto piekrišanu kā juridisko pamatu, ir jānovērtē, vai tie atrodas situācijā, kurā ir skaidra spēku nevienlīdzība. Ja pārzinis ir “liela tiešsaistes platforma”, kā definēts šajā atzinumā, var ņemt vērā konkrētus elementus, lai pārbaudītu, vai pastāv skaidra spēku nevienlīdzība. Tālāk ir uzskaitīti vairāki no šiem faktoriem (to saraksts nav izsmeļošs un tie nav kumulatīvi). Daži no tiem būs svarīgāki konkrētiem pārziņiem, bet mazāk svarīgi – citiem. Šie faktori vienmēr būtu jāizvērtē katrā gadījumā atsevišķi.

100. Pirmais faktors, kas var būt būtisks, ir **uzņēmuma stāvoklis tirgū**. Šajā sakarā vērts atgādināt, ka skaidra nevienlīdzība varētu būt acīmredzamāka, ja starp pārzini un datu subjektu pastāv formālas attiecības, piemēram, ja pārzinis ir valsts iestāde vai darba devējs<sup>92</sup>. Tomēr, kā EDAK jau iepriekš norādījusi, spēku nevienlīdzība neaprobežojas tikai ar valsts iestādēm un darba devējiem un var rasties arī citās situācijās<sup>93</sup>. Vienmēr būtu jāizvērtē attiecīgā gadījuma reālie, konkrētie faktori.

<sup>91</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 22. punkts un 5. piemērs.

<sup>92</sup> Sk. arī EDAK pamatnostādņu par piekrišanu 3.1.1. iedaļu.

<sup>93</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 24. punkts.

101. VDAR nav sniegtas skaidras norādes par to, kā pārziņa stāvoklis tirgū ietekmē novērtējumu par to, vai pastāv skaidra nevienlīdzība. EST spriedumā *Bundeskartellamt* norādīja, ka dominējoša stāvokļa esība “var radīt acīmredzamu nevienlīdzību”<sup>94</sup>. Tiesa arī norādīja, ka tas ir “būtisks faktors” novērtējumā<sup>95</sup>.
102. Jēdziens “dominējošs stāvoklis” ir vispāratzīts Savienības konkurences tiesībās. Vērtējot, vai pastāv skaidra spēku nevienlīdzība, lielu tiešsaistes platformu pārziņiem var noderēt apsvērumi, kas izmantoti, lai noteiktu uzņēmuma dominējošo stāvokli. Šie apsvērumi ietver konkrētā tirgus (piemēram, attiecīgā produkta tirgus un ģeogrāfiskā tirgus) definēšanu un tirgus daļas noteikšanu, kā arī šķēršļus ienākšanai tirgū vai darbības paplašināšanai<sup>96</sup>.
103. Turklāt ģenerālvokāts savos secinājumos lietā ir norādījis, ka pārzinim nav nepieciešams “dominējošais stāvoklis” LESD 102. panta izpratnē, lai tā varas pozīcijai tirgū būtu nozīme VDAR piemērošanas kontekstā<sup>97</sup>. EDAK piekrīt ģenerālvokāta viedoklim šajā jautājumā.
104. Tomēr jāatgādina, ka EST ir norādījusi, ka datu subjekta piekrišanas derīgums ir jānosaka, ņemot vērā VDAR 4. panta 11. punktu un 7. pantu, kā arī tās apsvērumus. Turklāt noteikumu par derīgu piekrišanu nolūks ir nodrošināt datu subjektu autonomiju un izvēles brīvību. EDAK uzskata, ka pārziņiem katrā atsevišķā gadījumā būtu jānovērtē, vai datu subjektu izvēles brīvība ir ierobežota. Tas, vai pārzinim ir “dominējošs stāvoklis”, lai gan tas ir būtiski, novērtējot spēku nevienlīdzību, pats par sevi nenosaka piekrišanas derīgumu.
105. Ņemot vērā iepriekš minēto, var secināt, ka atkarībā no konkrētās lietas apstākļiem varētu būt situācijas, kurās uzraudzības iestādes varētu secināt, ka pastāv skaidra nevienlīdzība VDAR izpratnē, nekonstatējot dominējošu stāvokli. Izšķirošais jautājums ir par to, vai pārziņa stāvoklis tirgū pats par sevi vai kopā ar citiem faktoriem ir par iemeslu tam, ka datu subjektiem nav pieejami citi reāli alternatīvi pakalpojumi, piemēram, video koplietošanas platformas, darba pieteikumu portāli vai konkrētu preču un pakalpojumu pirkšanas un pārdošanas platformas.
106. Raugoties vispārīgāk un kā atgādināts iepriekš 4.1. iedaļā, saskaņā ar godprātības principu spēku vienlīdzībai vajadzētu būt svarīgam apsvērumam pārziņa un datu subjekta attiecībās – būtu jāizvairās no spēku nevienlīdzības vai, ja tas nav iespējams, tā būtu jāatzīst un jāpārvalda, veicot atbilstošus pretpasākumus<sup>98</sup>. Tas tiek darīts, lai nodrošinātu, ka datu subjekts, dodot piekrišanu personas datu apstrādei, var izdarīt patiesi brīvu izvēli.
107. Novērtējot, vai pastāv skaidra nevienlīdzība, būtiski ir arī 4.2.1.2. iedaļā izklāstītie apsvērumi. Patiešām, lai saistībā ar lielām tiešsaistes platformām, kas īsteno modeļus “piekrist vai maksāt”, novērtētu, vai piekrišana dota brīvi, kritēriji “spēku nevienlīdzība” un “nelabvēlīgas sekas” ir cieši saistīti.
108. Jo īpaši, ja pastāv tīkla vai piesaistes efekts, kā aprakstīts iepriekš, lietotājam var būt grūtāk vai nereāli izvēlēties citu pakalpojumu. Gadījumos, kad platformai ir daudz lielāka lietotāju bāze nekā jebkurām attiecīgām alternatīvām vai lietotājs ir ievērojami ieguldījis platformā, lietotājs var justies spiests pajauties uz attiecīgo platformu; šādos gadījumos izvēlēties citu pakalpojumu var būt nereāli vai arī var

---

<sup>94</sup> EST spriedums *Bundeskartellamt*, 149. punkts.

<sup>95</sup> EST spriedums *Bundeskartellamt*, 154. punkts.

<sup>96</sup> Vispārīga metodika konkrētā tirgus definēšanai ir atrodama Komisijas paziņojumā C/2024/1645. Sk. arī ES Komisijas paziņojumu “Norādījumi par Komisijas prioritātēm, piemērojot EK līguma 82. pantu dominējošu uzņēmumu ļaunprātīgai, izslēdzošai rīcībai” (2009/C 45/02) (OV C 45, 24.2.2009., 7.–20. lpp.), kas grozīts 2023. gadā (C/2023/1923, OV C 116, 31.3.2023., 1.–5. lpp.).

<sup>97</sup> Lieta C-252/21, ģenerālvokāta Atanasija Ranta [*Athanasios Rantos*] secinājumi, sniegti 2022. gada 20. septembrī, ECLI:EU:C:2022:704, 75. punkts.

<sup>98</sup> EDAK pamatnostādnes par integrētu datu aizsardzību un datu aizsardzību pēc noklusējuma, 70. punkts.

būt grūti pārliecināt savu sociālo, profesionālo vai politisko aprindu pārstāvjus pāriet no viena pakalpojuma uz citu. Turklāt, kā paskaidrots iepriekš, piesaistes efekts var būt saistīts ar to, ka populārs vai būtisks saturs ir koncentrēts konkrētā platformā, kas arī var ietekmēt spēku vienlīdzību attiecībā uz jauniem lietotājiem, kuri vēlas piekļūt šādam saturam.

109. Īpaša piesardzība ir jāievēro attiecībā uz pakalpojumiem, kas ir izveidojuši lielu lietotāju bāzi, vienlaikus piedāvājot savus pakalpojumus bez maksas visiem lietotājiem. Šādi pakalpojumi, iespējams, ir piesaistījuši lielu skaitu lietotāju, kuri nevēlas vai nespēj maksāt maksu un kuri izmantoja pakalpojumu, ļaujoties, ka tas viņus finansiāli neietekmēs. Iespējams, lietotāji laika gaitā ir palielinājuši savu atkarību no pakalpojuma, cita starpā, tīkla efekta un piesaistes efekta dēļ. Ja šāds pakalpojums pēc tam sāk piedāvāt lietotājiem izvēli starp personas datu apstrādi un maksas maksāšanu, to varētu uzskatīt par piemēru tam, kā skaidra nevienlīdzība tiek izmantota pret lietotājiem, jo lietotāji šādā situācijā, visticamāk, nevarēs īstenot brīvu izvēli.
110. Vēl viens svarīgs faktors spēku nevienlīdzības novērtēšanā ir tas, cik lielā mērā datu subjekts **ļauj uz sniegto pakalpojumu**. Datu subjekta patiesi brīvas izvēles iespējas ir ierobežotas, ja pakalpojums tiek uzskatīts par būtisku, piemēram, lai meklētu darbu, piekļūtu datu subjekta ikdienas dzīvei būtiskai informācijai vai piedalītos publiskās debatēs<sup>99</sup>.
111. Turklāt viens no elementiem, kas jāņem vērā, ir platformas **mērķauditorija vai galvenā auditorija**. Piemēram, ja platforma, ņemot vērā attiecīgā pakalpojuma dizainu vai tirgvedību, galvenokārt ir paredzēta bērniem vai to galvenokārt izmanto bērni vai citas neaizsargātas personas, tas var arī radīt skaidru nevienlīdzību starp pārzini un datu subjektiem<sup>100</sup>.
112. Iepriekš minētie ir tādu elementu piemēri, kas, ja tādi pastāv, varētu radīt spēku nevienlīdzību attiecībās starp datu subjektu un pārzini.
113. Tomēr pārzinis varētu apgalvot, ka datu subjekti nav spiesti dot piekrišanu vai maksāt. Viņi var izvēlēties pakalpojumu neizmantojot vispār vai izmantot citu pakalpojumu, kas neapstrādā personas datus tādā pašā veidā kā attiecīgais pārzinis. Pirmkārt, iepriekš aprakstītie elementi var radīt situāciju, kad lietotājiem nav reālas praktiskas iespējas atteikties no pakalpojuma izmantošanas. Otrkārt, kā minēts tālāk 4.2.1.4.1. iedaļā, EDAK savās pamatnostādņēs par piekrišanu norādīja, ka piekrišanu nevar uzskatīt par brīvu sniegtu tikai tāpēc, ka pastāv cits līdzīgs pakalpojums, ko sniedz cits pārzinis un kas neietver piekrišanu personas datu apstrādei papildu nolūkiem<sup>101</sup>.

---

<sup>99</sup> Šādos gadījumos datu subjekts var justies spiests pieņemt izsekošanu. EDAK iepriekš ir norādījusi, ka piekrišana var būt derīga tikai tad, ja nav piespiešanas vai spiediena elementu (sk. EDAK Pamatnostādņu par piekrišanu 24. punktu).

<sup>100</sup> Šajā sakarā EDAK atgādina, ka tiešsaistes platformu nodrošinātājiem saskaņā ar Digitālo pakalpojumu aktu savā saskarnē nevajadzētu piedāvāt reklāmu, kuras pamatā ir profilēšana, kā definēts VDAR 4. panta 4. punktā, izmantojot pakalpojuma saņēmēja personas datus, ja tie ar pietiekamu pārliecību zina, ka pakalpojuma saņēmējs ir nepilngadīgs (sk. Digitālo pakalpojumu akta 28. panta 2. punktu).

<sup>101</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 38. punkts.

#### 4.2.1.4 Nosacījumi

114. Saskaņā ar VDAR 7. panta 4. punktu, novērtējot, vai piekrišana ir dota brīvi, maksimāli ņem vērā to, vai datu subjekti tiek aicināti piekrist apstrādes darbībām, kas nav objektīvi nepieciešamas līguma izpildei<sup>102</sup>, lai iegūtu piekļuvi attiecīgajam pakalpojumam<sup>103</sup>.
115. EDAK savās pamatnostādnēs par piekrišanu ir norādījusi, ka pārzinis varētu apgalvot, ka tas piedāvā datu subjektiem patiesu izvēli, ja viņi var izvēlēties starp pakalpojuma versiju, kas ietver piekrišanu personas datu izmantošanai papildu nolūkiem, no vienas puses, un līdzvērtīgu tā paša pārziņa piedāvātā pakalpojuma versiju, kas neietver piekrišanu datu izmantošanai papildu nolūkiem, no otras puses, un, ja pakalpojumu ir iespējams sniegt bez piekrišanas citu datu izmantošanai, tas vairs nav uzskatāms par pakalpojumu ar nosacījumiem<sup>104</sup>.
116. Nesen EST spriedumā *Bundeskartellamt* norādīja, ka gadījumos, kad datu apstrādes darbības nav absolūti nepieciešamas līguma izpildei, lietotājiem ir jābūt iespējai atteikties sniegt piekrišanu šādām apstrādes darbībām bez vajadzības pilnībā atteikties no attiecīgā pakalpojuma lietošanas<sup>105</sup>. Šajā ziņā EST spriedumā ir noteikts, ka ir “jābūt piedāvātai līdzvērtīgai alternatīvai bez šādām datu apstrādes darbībām” (“vajadzības gadījumā par atbilstošu atlīdzību”)<sup>106</sup>.
117. Šis EST izteikums norāda, ka modeļi “piekrist vai maksāt” principā nav aizliegti. Tajā pašā laikā Tiesa nesniedza sīkāku informāciju par frāzi “līdzvērtīga alternatīva”, “vajadzības gadījumā par atbilstošu atlīdzību” nozīmi. Tāpēc EDAK vēlas precizēt, ka tā interpretē šo sprieduma daļu tādējādi, ka datu subjektiem, kas izvēlas nesniegt piekrišanu, ir jāpiedāvā “līdzvērtīga alternatīva” – tā var izvairīties no situācijas, kad datu subjekti saskartos ar nosacījumiem, kas novestu pie nederīgas piekrišanas. Šajā saistībā lūdzam skatīt 73. punktu.
118. Tomēr šis EST apgalvojums galvenokārt attiecas uz nosacījumu aspektu. Pārziņiem būtu jānodrošina, ka ir izpildīti visi nosacījumi, kas jāievēro, lai piekrišana būtu sniegta brīvi un kopumā derīga. Tāpēc piekrišanas derīgums vienmēr jānovērtē katrā gadījumā atsevišķi.

##### 4.2.1.4.1 “Līdzvērtīgas alternatīvas” nodrošināšana

119. EDAK vēlas noteikt kritērijus, kas var palīdzēt novērtēt, vai alternatīva pakalpojuma versija ir uzskatāma par līdzvērtīgu pakalpojuma versijai, kas tiek sniegta ar nosacījumu par piekrišanu personas datu apstrādei uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos (šajā iedaļā saukta par “**versiju ar reklāmu, kas balstīta uz uzvedību**”). EDAK šajā sakarā ir uzsvērusi, ka “abiem pakalpojumiem ir jābūt patiesi līdzvērtīgiem”<sup>107</sup>.

<sup>102</sup> Pamatnostādnes 2/2019 par personas datu apstrādi saskaņā ar VDAR 6. panta 1. punkta b) apakšpunktu, sniedzot tiešsaistes pakalpojumus datu subjektiem, versija 2.0, pieņemtas 2019. gada 8. oktobrī (turpmāk “EDAK pamatnostādnes par VDAR 6. panta 1. punkta b) apakšpunktu”), 30.–33. punkts.

<sup>103</sup> Šajā sakarā sk. arī VDAR 43. apsvērumu un EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 25.–41. punkts.

<sup>104</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 37. punkts.

<sup>105</sup> EST spriedums *Bundeskartellamt*, 150. punkts. Iedaļā, kas veltīta 6. panta 1. punkta b) apakšpunkta piemērojamībai, 102. punktā kā apstrādes likumīgu pamatu EST arī norāda, ka personalizēta satura sniegšana ir “lietderīga lietotājam”, bet tā “nešķiet nepieciešama, lai šim lietotājam varētu sniegt tiešsaistes sociālā tīkla pakalpojumus”, tādējādi šos pakalpojumus “vajadzības gadījumā var sniegt līdzvērtīgas alternatīvas veidā, kas neietver šādu personalizēšanu, līdz ar to tā nav objektīvi vajadzīga mērķim, kas ir neatņemama šo pakalpojumu sastāvdaļa”.

<sup>106</sup> EST spriedums *Bundeskartellamt*, 150. punkts.

<sup>107</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 37. punkts.

120. EDAK ir norādījusi, ka piekrišanu nevar uzskatīt par brīvi sniegtu, ja pārzinis apgalvo, ka ir nodrošināta izvēle starp tā pakalpojumu, kas ietver piekrišanu personas datu izmantošanai papildu nolūkiem, un līdzvērtīgu pakalpojumu, ko piedāvā cits pārzinis, jo izvēles brīvība būtu atkarīga no tā, ko dara citi tirgus dalībnieki un vai atsevišķs datu subjekts uzskatītu, ka cita pārziņa sniegtie pakalpojumi patiešām ir līdzvērtīgi<sup>108</sup>. Tāpēc šajā kontekstā šajā atzinumā ir minēta **tā paša pārziņa piedāvātā attiecīgā pakalpojuma alternatīva versija**, kas neietver piekrišanu personas datu apstrādei uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos (šajā iedaļā dēvēta par “alternatīvu versiju”).
121. Ja alternatīvā versija atšķiras no versijas ar reklāmu, kas balstīta uz uzvedību, tikai tiktāl, cik tas ir nepieciešams tāpēc, ka pārzinis nevar apstrādāt personas datus uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos, to principā var uzskatīt par līdzvērtīgu.
122. Citos gadījumos novērtējums var būt atkarīgs no tā, vai alternatīvajā versijā pēc būtības ir tie paši elementi un funkcijas, par sākumpunktu ņemot versiju ar reklāmu, kas balstīta uz uzvedību. Lai gan līdzvērtība pastāv, ja alternatīvajai versijai principā ir tādas pašas iezīmes un funkcijas (funkcionālā līdzvērtība), alternatīvajai versijai un versijai ar reklāmu, kas balstīta uz uzvedību, nav jābūt pilnīgi identiskām.
123. Ja, salīdzinot ar versiju ar reklāmu, kas balstīta uz uzvedību, alternatīvās versijas kvalitāte nav atšķirīga vai sliktāka un nav izslēgtas nekādas funkcijas (ja vien jebkādas izmaiņas nav tiešas sekas tam, ka pārzinis nespēj apstrādāt personas datus nolūkiem, kuriem tas lūdz piekrišanu)<sup>109</sup>, alternatīvo versiju, visticamāk, var uzskatīt par patiesi līdzvērtīgu versijai ar reklāmu, kas balstīta uz uzvedību.
124. Jo vairāk alternatīvā versija atšķiras no versijas ar reklāmu, kas balstīta uz uzvedību, jo mazāka ir iespēja, ka alternatīvā versija tiks uzskatīta par patiesi līdzvērtīgu, lai gan tas joprojām tiek vērtēts katrā gadījumā atsevišķi.
125. Jēdziens “līdzvērtība”, proti, tas, kas diviem elementiem ir vienāda vērtība, ir vērsts divos virzienos. No vienas puses, kā norādīts iepriekš, ja alternatīvajai versijai būtu zemāka kvalitāte vai tai būtu mazāks funkciju klāsts nekā versijai ar reklāmu, kas balstīta uz uzvedību, lietotājiem netiktu piedāvāta reāla izvēle.
126. No otras puses, iespēja iekļaut papildu funkcijas alternatīvajā versijā būtu jāizvērtē piesardzīgi. Tas tāpēc, ka ir jā saglabā pakalpojuma versiju patiesa līdzvērtība, kā aprakstīts iepriekš, un lietotājiem ir jābūt iespējai izdarīt patiesu izvēli.
127. Svarīgi ir tas, ka EST atsaucas uz līdzvērtīgas alternatīvas nodrošināšanu **“bez šādām datu apstrādes darbībām”**<sup>110</sup>, t. i., datu apstrādes darbībām, kas nav nepieciešamas pakalpojuma sniegšanai un ir balstītas uz piekrišanu. Tādējādi, tā kā apstrāde uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos pakalpojuma sniegšanai nav nepieciešama un ir balstīta uz piekrišanu, šāda apstrāde alternatīvajā versijā nav jāiekļauj. EDAK vēlas atgādināt, ka tas neaprobežojas tikai ar to, ka datu subjektiem tiek rādītas reklāmas, kas personalizētas, pamatojoties uz viņu profilu, kā norādīts uz uzvedību balstītas reklāmas definīcijā 2.1.2. iedaļā. Drīzāk tas attiecas arī uz dažādām apstrādes darbībām, ko pārziņi veic uz

<sup>108</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 38. punkts.

<sup>109</sup> Sk. arī Digitālo tirgu akta 36. un 37. apsvērumu: Digitālo tirgu aktā ir sniegti norādījumi par pakalpojuma līdzvērtības nosacījumiem, norādot, ka “[m]azāk personalizētajai alternatīvai nevajadzētu būt atšķirīgai vai sliktākai kvalitātes ziņā salīdzinājumā ar pakalpojumu, ko sniedz galalietotājiem”. Lai gan Digitālo tirgu akts ir neitrāls attiecībā uz to, kāda varētu būt “mazāk personalizēta” alternatīva, tajā izklāstītie principi ir noderīgi dotajā kontekstā. Sk. arī 4.2.1.2. iedaļu (“Nelabvēlīgas sekas”).

<sup>110</sup> EST spriedums *Bundeskartellamt*, 150. punkts.

uzvedību balstītas reklāmas nolūkos, sākot jau ar lietotāju sākotnējo izsekošanu šādam nolūkam. Tāpēc alternatīvajā versijā principā nebūtu jāiekļauj arī apstrādes darbības, kas tiktu veiktas kā priekšnosacījums apstrādei uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos<sup>111</sup>.

128. Tomēr EDAK uzsver, ka gadījumā, ja pārziņi alternatīvās versijas ietvaros veic izsekošanu nolūkos, kas nav uz uzvedību balstītas reklāmas nolūki, piemēram, drošības nolūkos, šādas apstrādes darbības ne vienmēr ir jāizslēdz, ja tās pilnībā atbilst VDAR noteiktajām prasībām, arī vajadzībai pajauties uz atbilstošu likumīgu pamatu saskaņā ar VDAR 6. pantu un E-privātuma direktīvas 5. panta 3. punktu.
129. Turklāt, kā uzsvērts 4.2.2. iedaļā “Apzināta piekrišana”, atbilstība pārredzamības un godprātības principiem<sup>112</sup> un pārredzamības pienākumiem ir ļoti svarīga arī tādēļ, lai nodrošinātu, ka lietotājam ir patiesa izvēle. Tāpēc lietotājam jābūt iespējai pilnībā salīdzināt visas pārziņa piedāvātās alternatīvās iespējas. Lietotājam būtu jāizprot sekas, ko rada piekrišana apstrādei uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos, kā rezultātā tiek sagatavota versija ar reklāmu, kas balstīta uz uzvedību, un alternatīvās versijas izvēle. Lietotājam arī vajadzētu spēt izprast savas izvēles sekas attiecībā uz to, kādas apstrādes darbības tiek veiktas katrā konkrētā gadījumā, un attiecībā uz informāciju par piedāvātajām alternatīvajām iespējām.

#### 4.2.1.4.2 “Vajadzības gadījumā par atbilstošu atlīdzību” [maksu]

130. EDAK vispirms un galvenokārt vēlas atgādināt, ka **personas datus nevar uzskatīt par tirgojamu preci**<sup>113</sup>. Tiesības uz datu aizsardzību cita starpā ir nostiprinātas Pamattiesību hartas 8. pantā, un tās ir tiesības, kas attiecas uz visiem neatkarīgi no samaksas veikšanas vai finansiālā statusa.
131. Lai gan Tiesas sprieduma angļu valodas versijā ir norādīts, ka lietotājiem, kas nav devuši piekrišanu, var tikt noteikta atbilstoša atlīdzība “vajadzības gadījumā”, citās valodu versijās šim vērtējuma elementam ir izmantota atšķirīga terminoloģija. Piemēram, franču valodas versijā ir izmantots termins “le cas échéant”, bet vācu valodas versijā – “gegebenfalls”. EDAK uzskata – **lai piemērotu maksu, būtu jāpastāv noteiktiem apstākļiem**, ņemot vērā gan iespējamās alternatīvas uz uzvedību balstītai reklāmai, kas ietver mazāka apmēra personas datu apstrādi, gan datu subjektu nostāju. Par to liecina **frāze “vajadzības gadījumā” un vārds “atbilstošs”**, kas tomēr nebūtu jāsaprot kā tādi, kas paredz, ka maksas noteikšanai ir jābūt “nepieciešamai” Pamattiesību hartas 52. panta 1. punkta un Savienības datu aizsardzības tiesību aktu izpratnē. Šis formulējums ir jāsaprot veidā, kas ir saderīgs ar sprieduma redakcijām dažādās valodās.
132. Citiem vārdiem sakot, **pārziņiem, izskatot katru gadījumu atsevišķi, būtu jānovērtē gan tas, vai maksa vispār ir atbilstoša, gan tas, kāda summa ir atbilstoša konkrētajos apstākļos, paturot prātā spēkā esošās derīgas piekrišanas prasības saskaņā ar VDAR, kā arī nepieciešamību novērst to, ka pamattiesības uz datu aizsardzību tiek pārveidotas par funkciju, par kuras izmantošanu datu subjektiem ir jāmaksā, vai par papildu funkciju, kas paredzēta turīgiem vai labi situētiem cilvēkiem.**
133. Lai gan spriedumā *Bundeskartellamt* nav precizēti elementi, uz kuriem būtu jābalstās piemērotības novērtējumam, EDAK atgādina, ka to, kas ir derīga piekrišana, nosaka, pamatojoties uz datu aizsardzības tiesību aktiem. Tas nozīmē, ka **derīgas piekrišanas novērtējums būtu jābalsta uz datu aizsardzības principiem un mērķiem, ko tiecas sasniegt ar VDAR.**

<sup>111</sup> Šie posmi var ietvert lietotāja uzvedības novērošanu un uz uzvedību balstītai reklāmai nepieciešamo personas datu vākšanu.

<sup>112</sup> Sk. VDAR 5. panta 1. punktu.

<sup>113</sup> EDAK pamatnostādnes par VDAR 6. panta 1. punkta b) apakšpunktu, 54. punkts. Direktīva 2019/770, 24. apsvērums.

134. Ja pārziņi kā alternatīvu pakalpojumam, kas ietver uz uzvedību balstītu reklāmu, pamatojoties uz personas datu apstrādi, par kuru jāsaņem piekrišana, piedāvā maksas pakalpojumu, tiem cita starpā būtu **jānodrošina, ka attiecīgā maksa neliedz datu subjektiem nesniegt piekrišanu un neliek viņiem justies spiestiem sniegt piekrišanu**. Pārziņiem būtu jānovērtē, vai tie piedāvā **patiesu izvēli datu subjektiem un neuzvedina datu subjektus dot piekrišanu**. Nosakot maksu, būtu jāievēro datu subjektu **autonomija**, un datu subjektiem vajadzētu būt reālai iespējai izvēlēties – piekrist vai nepiekrist. Pārziņiem būtu jānovērtē, vai maksa par to pakalpojuma maksas versiju ļauj datu subjektiem dot derīgu piekrišanu savu personas datu apstrādei attiecībā uz pakalpojuma versiju, kas ietver uz uzvedību balstītu reklāmu.
135. Nosakot, vai maksa var ierobežot datu subjekta spēju sniegt piekrišanu, pārziņiem īpaša uzmanība būtu jāpievērš VDAR 5. pantā noteiktajiem datu aizsardzības principiem. **Godprātībai** vajadzētu būt vadošajam principam<sup>114</sup>, lai noteiktu, kāda ir atbilstoša maksa konkrētajā gadījumā. Ja datu subjektiem tiek sniegta papildu izvēles iespējas, kā aprakstīts 4.2.1.1. iedaļā, ir vieglāk pamatot, ka maksa, kas noteikta par piekļuvi pakalpojumam lietotājiem, kuri nav snieguši piekrišanu, ir piemērota godprātīgi, jo lietotājiem ir lielāka izvēles brīvība.
136. Šajā ziņā būtiska nozīme ir VDAR 5. panta 2. punktā noteiktajam **pārskatatbildības principam**. Uzņēmumi var brīvi noteikt savas cenas un izvēlēties savu ieņēmumu modeļu struktūru, taču šīs tiesības būtu jālīdzsvaro ar indivīdu pamattiesībām uz savu personas datu aizsardzību. Pārskatatbildības princips nozīmē, ka pārziņiem ir pienākums nodrošināt un dokumentēt, ka piekrišana ir sniegta brīvi, ja tie piemēro maksu par piekļuvi pakalpojuma versijai, kas neietver uz uzvedību balstītu reklāmu. Pārziņiem būtu jādokumentē savas izvēles un novērtējums par to, vai konkrētā maksa konkrētajā gadījumā ir atbilstoša, lai pierādītu, ka maksas uzlikšana faktiski neapdraud iespēju sniegt brīvu piekrišanu konkrētajā situācijā.
137. Kā atgādināts 32. punktā, **uzraudzības iestādēm ir uzdots nodrošināt VDAR izpildi, arī saistībā ar prasībām par derīgu piekrišanu**. Tas var attiekties arī uz jebkādas maksas ietekmi uz datu subjektu izvēles brīvību. Lai gan maksas apmēru var noteikt paši pārziņi, ja uzraudzības iestādes konstatē, ka piekrišana nav sniegta brīvi vai ka nav ievērots pārskatatbildības princips, tās var iejaukties un noteikt korektīvus pasākumus. Šajā sakarā tās ir kompetentas pārskatīt vai izvērtēt pārziņu veikto atbilstības novērtējumu. Uzraudzības iestādēm ir jānosaka, cik lielā mērā ir lietderīgi izmeklēt šo jautājumu<sup>115</sup>.
138. EDAK uzsver, ka VDAR izpildes panākšana ir uzraudzības iestāžu uzdevums. Novērtējums par to, vai piekrišana ir derīga un brīvi sniegta, nav uzdevums, ko var uzticēt ārpakalpojumu sniedzējam. Tomēr ir daudz apstākļu, kuros uzraudzības iestādes var gūt labumu no apspriešanās ar iestādēm citās tiesību jomās, tajā skaitā un jo īpaši patērētāju aizsardzības un konkurences iestādēm, saskaņā ar LES 4. panta 3. punktā noteikto lojālas sadarbības principu, kā nesen uzsvērusi EST<sup>116</sup>. Attiecīgā gadījumā uzraudzības iestādes, pildot savus uzdevumus, var izvēlēties apspriesties ar šādām iestādēm. Apspriešanās ar šādām iestādēm var būt juridiski obligāta, ja uzraudzības iestādes piemēro vai interpretē ES tiesību jomas, uz kurām attiecas citu iestāžu uzraudzība.

<sup>114</sup> Šajā saistībā sk. EDAK pamatnostādnes par 25. pantu "Integrēta datu aizsardzība un datu aizsardzība pēc noklusējuma", versija 2.0, 70. punkts.

<sup>115</sup> Sk. VDAR 57. panta 1. punkta f) apakšpunktu, kas attiecas arī uz *ex officio* izmeklēšanu.

<sup>116</sup> EST spriedums *Bundeskartellamt*, 53. punkts: "Pastāvīgās judikatūras atziņa ir tāda, ka saskaņā ar šo principu jomās, uz kurām attiecas Savienības tiesības, dalībvalstīm, tostarp to administratīvajām iestādēm, ir ar cieņu citai pret citu savstarpēji jāpalīdz veikt uzdevumus, kas noteikti Līgumos, jādara viss nepieciešamais, lai nodrošinātu to pienākumu izpildi, kas izriet citastarp no Savienības iestāžu aktiem, kā arī jāatturas no jebkādiem pasākumiem, kuri varētu apdraudēt Savienības mērķu sasniegšanu."

#### 4.2.1.5 Detalizācija

139. Vēl viens nosacījums attiecībā uz brīvu piekrišanas sniegšanu ir saistīts ar detalizāciju. Detalizācija ir galvenais elements, novērtējot, vai nolūki ir pietiekami nošķirti. Ja datu subjektam tiek piedāvāts modelis “piekrist vai maksāt”, vajadzētu būt iespējai brīvi izvēlēties individuālo(-os) nolūku(-us), kuram(-iem) tas piekrīt, nevis dot piekrišanu apstrādes nolūku kopumam. Atsauce uz VDAR detalizācijas pakāpi ir atrodama VDAR 43. apsvērumā, kurā ir precizēts, ka tiek uzskatīts, ka piekrišana nav sniegta brīvi, ja piekrišanas pieprasījums neļauj datu subjektiem sniegt atsevišķu piekrišanu dažādiem apstrādes nolūkiem<sup>117</sup>. Detalizācija ir cieši saistīta ar prasību, ka piekrišanai jābūt konkrētai, kā sīkāk izklāstīts 4.2.3. iedaļā<sup>118</sup>. Kā iepriekš norādījusi EDAK: “Ja datu apstrāde tiek veikta, lai sasniegtu vairākus nolūkus, risinājums, lai nodrošinātu spēkā esošas piekrišanas nosacījumu izpildi, ir detalizācija, t. i., šo nolūku nodalīšana un piekrišanas sniegšana katram atsevišķam nolūkam.”<sup>119</sup>
140. Īpaša uzmanība jāpievērš piekrišanas detalizācijai saistībā ar lielu tiešsaistes platformu uz uzvedību balstītu reklāmu, jo to pašreizējā sarežģītā dinamika rada ievērojamas problēmas. Šajā kontekstā būtu jānorāda, ka tiešsaistes platformas, kas ir iesaistītas uz uzvedību balstītā reklāmā, izmanto tehniski progresīvu infrastruktūru, kas bieži ir daļa no digitālās ekosistēmas, kurā, visticamāk, tiek apvienoti un analizēti vairāki no dažādiem avotiem iegūti datu punkti, kuriem turklāt var piemērot reāllaika izolēšanu. Ņemot vērā šo daudzveidīgo dinamiku, pārziņi nevar prasīt datu subjektiem sniegt vispārēju piekrišanu saistībā ar vairākiem atšķirīgiem nolūkiem, piemēram, satura personalizēšanu, reklāmas personalizēšanu, pakalpojumu attīstīšanu, pakalpojumu uzlabošanu un auditorijas mērīšanu. Šajā sakarā EDAK atgādina, ka datu subjektiem vajadzētu būt iespējai brīvi izvēlēties, kuru apstrādes nolūku tie pieņem, nevis jāsaņem viens piekrišanas pieprasījums, kurā apvienoti vairāki nolūki. Šajā ziņā galvenā uzmanība būtu jāpievērš tam, lai nošķirtu ar pakalpojuma funkcionalitāti saistītos nolūkus no reklāmas, kas balstīta uz uzvedību, nolūkiem un ar to saistītajām apstrādes darbībām<sup>120</sup>. Šajā gadījumā būtiski ir arī apsvērumi, kas šajā saistībā izklāstīti 4.2.2. un 4.2.3. iedaļā par apzinātu un konkrētu piekrišanu.

#### 4.2.2 Apzināta piekrišana

141. Skaidra norāde uz apzinātu piekrišanu ir atrodama VDAR 42. apsvērumā: “Lai piekrišanu būtu apzināta, datu subjektam vajadzētu būt informētam vismaz par pārziņa identitāti un paredzētās personas datu apstrādes nolūkiem.”
142. Informācijas sniegšana datu subjektiem **pirms viņu piekrišanas saņemšanas** ir būtiska, lai tie varētu pieņemt apzinātus lēmumus un saprast, kam tieši viņi piekrīt. Ja pārzinis nesniedz pieejamu informāciju, lietotāja kontrole kļūst iluzora un piekrišana nav derīga.

---

<sup>117</sup> VDAR 32. apsvērumā ir noteikts: “Piekrišanai būtu jāattiecas uz visām apstrādes darbībām, ko veic vienā un tajā pašā nolūkā vai nolūkos. Ja apstrādei ir vairāki nolūki, piekrišana būtu jādod visiem nolūkiem.”

<sup>118</sup> Sk. EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 42. un 55. punkts.

<sup>119</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 44. punkts.

<sup>120</sup> Šāds nolūks var attiekties arī uz tehniskām apstrādes darbībām, kas ir nesaraucjami saistītas ar reklāmas nolūku, piemēram, attēlošanas biežuma ierobežošanu vai reklāmas kampaņu iedarbīguma novērtēšanu. Sk. EDAK atbildi uz Komisijas iniciatīvu par uzņēmēju brīvprātīgu solījumu vienkāršot patērētāju veiktu sīkdatņu un personalizētu reklāmu izvēli, pielikuma 7. lpp.



143. Tāpēc ir nepieciešams informēt datu subjektu par konkrētiem elementiem, kas ir būtiski, lai varētu izdarīt patiesu izvēli. Lai datu subjekts varētu **patiesi saprast attiecīgās apstrādes darbības**, atkarībā no konteksta var būt nepieciešama plašāka informācija<sup>121</sup>.
144. Tā kā apzinātas piekrišanas nosacījums ir saistīts arī ar tādiem vispārējiem principiem kā pārredzamība, godprātība un pārskatatbildība, šos principus ņem vērā, novērtējot modeļus “piekrist vai maksāt” (sk. iepriekš 4.1. iedaļu). Turklāt, tā kā apzinātas un konkrētas piekrišanas nosacījumi attiecas uz datu subjektam sniedzamās informācijas līmeni un kvalitāti, šā atzinuma 4.2.2. un 4.2.3. iedaļa būtu jāsaprot kā savstarpēji papildinošas.

#### 4.2.2.1 *Satura prasības, lai piekrišana būtu “apzināta”*

145. Saistībā ar modeļiem “piekrist vai maksāt” lielām tiešsaistes platformām būtu jānosaka, kāda informācija datu subjektiem būtu jāsniedz par viņu personas datu apstrādi uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos. Kopumā pārziņiem saskaņā ar pārskatatbildības principu ir pienākums izstrādāt un dokumentēt informācijas procesu, kas ļautu datu subjektiem pilnībā un skaidri izprast viņu iespējamās izvēles vērtību, tvērumu un sekas.
146. Lietojot vārdu “vismaz”, VDAR 42. apsvērumā nav sniegts izsmeļošs tās informācijas saraksts, kas jānosūta datu subjektam, lai nodrošinātu, ka piekrišana ir apzināta. Norādīt pārziņa identitāti un sniegt apstrādes darbību nolūku aprakstu ir minimālās prasības. Šādas prasības pielāgo katrā gadījumā atsevišķi atkarībā no pārziņa plānotajām apstrādes darbībām<sup>122</sup>.
147. Formulējums “datu subjektam vajadzētu būt informētam” nosaka pārziņu pienākumu pārliecināties, ka lietotāji saprot, kādu datu apstrādi pārzinis veiks, kad viņi sāks izmantot pakalpojumu. Tas ietver pienākumu informēt lietotājus par apstrādes darbībām, kuras tiek veiktas fonā un par kurām viņi, iespējams, nezina. Ja attiecīgā informācija netiek sniegta, var rasties informācijas asimetrija un datu subjekti var nespēt paredzēt veidu, kādā tiks apstrādāti viņu personas dati<sup>123</sup>. Lielām tiešsaistes platformām būtu jānodrošina, ka datu subjektiem ir skaidra izpratne par apstrādes darbībām un jebkādām izmaiņām, kas tos ietekmē, piemēram, ja šāda platforma pāriet uz modeli “piekrist vai maksāt”.
148. Uz uzvedību balstītas reklāmas kontekstā ir svarīgi sniegt pietiekami detalizētu informāciju, lai datu subjekti varētu saprast, kuriem pakalpojuma aspektiem viņi piekrīt, vienlaikus saglabājot iespēju nepiekrīt citiem. Lai piekrišana būtu derīga, ir jānorāda detalizēta informācija, kas ļauj datu subjektiem atšķirt dažādus apstrādes nolūkus. Šajā sakarā lielām tiešsaistes platformām nevajadzētu pieprasīt datu subjektiem piekrišanu apstrādes darbībām, kuru nolūks nav pienācīgi definēts vai ir neskaidrs. Piemēram, datu subjektam vajadzētu būt skaidram, kādos nolūkos viņa dati tiek vākti, kādi dati tiek

---

<sup>121</sup> EDAK norāda, ka EST ir pieņēmusi spriedumu, kurā ir precizēts, ka informācijai “jāļauj minētajam subjektam viegli noteikt viņa iespējami sniegtas piekrišanas sekas” un ka “jāgarantē, ka šī piekrišana tiek dota, pilnībā apzinoties visus apstākļus”. Eiropas Savienības Tiesas 2020. gada 11. novembra spriedums *Orange Romania / Autoritatea Națională de Supraveghere a Prelucrării Datelor cu Caracter Personal (ANSPDCP)*, C-61/19, ECLI:EU:C:2020:901, 40. punkts.

<sup>122</sup> Apsvērumus par minimālajām satura prasībām, lai piekrišana tiktu uzskatīta par “apzinātu”, sk. EDAK pamatnostādņu par piekrišanu 3.3.1. iedaļā.

<sup>123</sup> Šajā sakarā EDAK norāda, ka Negodīgas komercprakses direktīvas (Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem (OV C 526, 2021. gada 29. decembris, 1.–129. lpp.)) 7. panta 1. un 2. punktā uzņēmumiem ir noteikts pienākums sniegt visu informāciju, kas vidusmēra patērētājam vajadzīga, lai pieņemtu apzinātu lēmumu.

vākti katram nolūkam atsevišķi un kāpēc<sup>124</sup>. Lai datu subjekts varētu saprast savas izvēles sekas, lielajām tiešsaistes platformām nevajadzētu definēt apstrādes darbības nolūku pārāk plaši (piemēram, “komerciāli nolūki” vai “personalizēšana”). Šajā ziņā būtiski ir arī apsvērumi, kas izklāstīti 4.2.3. iedaļā par prasībām attiecībā uz konkrētu piekrišanu.

149. Lielām tiešsaistes platformām būtu godprātīgā veidā un pilnīgi jāapņemas nolūks, kam tiek prasīta piekrišana. Piemēram, lielas tiešsaistes platformas nedrīkst apstrādes nolūka aprakstā aprobežoties tikai ar priekšrocībām, ko tā sniedz datu subjektiem (piemēram, personalizēta pieredze), ja šāda apstrāde tiem rada arī citas sekas (piemēram, profilēšana, traucējoša izsekošana u. c.).
150. Modeļu “piekrist vai maksāt” kontekstā datu subjektiem piedāvātajām izvēles iespējām ir jāatbilst sniegtajai informācijai. Datu subjektam ir jābūt skaidram, par ko tieši viņš maksātu maksu un kā tas ietekmētu attiecīgo datu apstrādi. Ja tiek sniegta informācija par pārziņa uzņēmējdarbības modeļiem attiecībā uz katru no izvēles iespējām, šai informācijai nevajadzētu aizstāt informāciju par personas datu apstrādi.
151. Turklāt uz uzvedību balstīta reklāma noteikti ir saistīta ar datu subjekta tiešsaistes darbību profilēšanu un bieži ietver no datu subjekta netieši iegūtu personas datu izmantošanu. Profilēšanas process ietver bieži vien nepārredzamu mijiedarbību un datu apmaiņu starp pārzini un trešām personām. Šāda nepārredzamība, piemēram, var rasties, izmantojot gan platformā iegūtus, gan ārpus platformas iegūtus datus. Lielas tiešsaistes platformas profilēšanas nolūkos var apstrādāt personas datus, kas savākti gan to platformā, gan ārpus tās. Pārziņu pienākums ir nodrošināt, lai datu subjekti izprastu profilēšanas procesos izmantotās metodes<sup>125</sup>. Šajā kontekstā VDAR 60. apsvērumā ir noteikts, ka informācijas sniegšana par profilēšanu ir daļa no pārziņa pārredzamības pienākumiem, kas noteikti VDAR 5. panta 1. punkta a) apakšpunktā.
152. Pārziņiem būtu jāsniedz atbilstoša informācija par katru piedāvātā pakalpojuma versiju, arī gadījumos, kad vienai vai vairākām no tām nav vajadzīga piekrišana uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos. Tas attiecas arī uz bezmaksas alternatīvu, kas neietver uz uzvedību balstītu reklāmu (sk. 4.2.1.1. iedaļu). Pārzinim būtu jānodrošina pārredzamība attiecībā uz juridisko pamatu, uz kuru balstās datu subjektu personas datu apstrāde saistībā ar katru no izvēles iespējām.
153. Sniedzot informāciju datu subjektiem, lielām tiešsaistes platformām jo īpaši būtu jāņem vērā šādi aspekti:
  - attiecīgā gadījumā – personas datu saņēmēji vai saņēmēju kategorijas;
  - attiecīgā gadījumā – informācija, ka pārzinis paredz nosūtīt personas datus saņēmējam trešā valstī, un laikposms, cik ilgi personas dati tiks glabāti;
  - pārziņa uzturēto datu vākšana un apstrāde neatkarīgi no tā, vai datu subjekts izvēlas dot piekrišanu uz uzvedību balstītai reklāmai;
  - datu subjekta tiesības jebkurā laikā atsaukt savu piekrišanu un tās sekas, kā arī
  - datu apvienošana vai kombinēta izmantošana, t. i., vai un cik lielā mērā dati tiek apvienoti ar datiem, kas savākti citos (tā paša pārziņa) pakalpojumos, un datiem, ko savākuši citi pārziņi.

<sup>124</sup> Sk. “Minimālā satura prasības, lai piekrišana būtu “apzināta”” EDAK pamatnostādņu par piekrišanu 64. un 65. punktā.

<sup>125</sup> 29. panta darba grupa, WP251 rev.1, 2017. gada 3. oktobris, Pamatnostādnes par automatizētu individuālu lēmumu pieņemšanu un profilēšanu Regulas 2016/679 nolūkiem, pēdējo reizi pārskatītas un pieņemtas 2018. gada 6. februārī, apstiprinātas EDAK 2018. gada 25. maijā (turpmāk “29. darba grupas pamatnostādnes par automatizētu individuālu lēmumu pieņemšanu”), 9. lpp.

#### 4.2.2.2 Kā sniegt informāciju

##### 4.2.2.2.1 Saziņas laiks un attēlojums

154. Lielām tiešsaistes platformām būtu jāsniedz pilnīga informācija pirms datu apstrādes uzsākšanas uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos. Tās, piemēram, var sniegt īsu kopsavilkumu par atšķirībām starp katru izvēles iespēju, kas tiek piedāvāta modelī “piekrist vai maksāt”, un pēc tam sniegt pilnīgu un detalizētu informāciju par katru izvēles iespēju, izmantojot atšķirīgas un atsevišķas pogas katrai no iespējām.
155. Lai noteiktu veidu, kādā informācija būtu jāpaziņo datu subjektiem, relevanti ir EDPB pamatnostādnēs par maldinošiem dizaina modeļiem sociālo mediju platformu saskarnēs iekļautie ieteikumi<sup>126</sup>. Turklāt datu subjektiem būtu jānodod pietiekami daudz laika saņemtās informācijas izvērtēšanai<sup>127</sup>.

##### 4.2.2.2.2 Pārredzamības prasības

156. Lielām tiešsaistes platformām, kas īsteno modeli “piekrist vai maksāt”, būtu jāņem vērā pamatnostādnes par pārredzamību saskaņā ar VDAR<sup>128</sup>.
157. Attiecībā uz informācijas sniegšanai izmantoto valodu “lakoniskuma” un “skaidras un vienkāršas valodas” elementi liek pārzinim pielāgot valodu datu subjektiem<sup>129</sup>. Tas nozīmē, ka informācija mērķauditorijai jāsniedz skaidrā un saprotamā veidā.
158. Lai izpildītu šīs pārredzamības prasības, pārzinim būtu jānovērtē, kādu auditoriju tas apkalpo. Pēc auditorijas noteikšanas pārziniem būtu jānosaka, kāda valodas un saziņas pieeja ir piemērota. Tādējādi viņiem būtu jānodrošina, ka to auditorija saprot pakalpojuma būtību un to, kā pakalpojuma izmantošana ietekmē viņu personas datus.
159. Izmantotajā formulējumā skaidri norāda datu subjekta izvēles ietekmi uz viņa personas datu apstrādi<sup>130</sup>. Piemēram, pārzinis ne tikai paskaidro datu subjektam, ka viņa izvēle noteiks reklāmas esību vai neesību, bet arī to, vai un cik lielā mērā pārzinis apstrādās personas datus uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkā.
160. Pārzini var izmantot dažādus informācijas kanālus atkarībā no nodrošinātās tiešsaistes platformas veida. Piemēram, informāciju datu subjektiem var sniegt, izmantojot videomateriālus, kuros izskaidrotas atšķirības starp alternatīvām, vai interaktīvās lapās ar piemēriem par to, kā pakalpojums izskatīsies atkarībā no izvēlētajās iespējas. Pārzini var apsvērt iespēju veikt lietotāju testus, lai noteiktu vispiemērotāko informācijas kanālu.

#### 4.2.3 Konkrēta piekrišana

161. VDAR 6. panta 1. punkta a) apakšpunktā ir noteikts, ka piekrišana ir jāsniedz “vienam vai vairākiem konkrētiem” nolūkiem. Prasība, ka piekrišanai ir jābūt “konkrētai”, ir cieši saistīta ar prasībām, ka

<sup>126</sup> EDAK pamatnostādnes par maldinošiem dizaina modeļiem.

<sup>127</sup> Šajā sakarā sk. arī EDAK pamatnostādnes par maldinošiem dizaina modeļiem, 43.–48. punkts.

<sup>128</sup> 29. panta darba grupa, WP260 rev.01, Pamatnostādnes par pārredzamību saskaņā ar Regulu 2016/679, pieņemtas 2017. gada 29. novembrī, pēdējo reizi pārskatītas un pieņemtas 2018. gada 11. aprīlī, apstiprinātas EDAK 2018. gada 25. maijā (turpmāk “29. darba grupas pamatnostādnes par pārredzamību”).

<sup>129</sup> 29. panta darba grupas Pamatnostādņu par pārredzamību 13. punktā ir minēts, ka “jānodrošina tulkojums vienā vai vairākās citās valodās, ja pārzinis vērsas pie datu subjektiem, kuri runā šajās valodās”.

<sup>130</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 70. punkts.

piekrišanai jābūt arī “apzinātai” un “detalizētai”. Lai piekrišana būtu konkrēta, lielām tiešsaistes platformām būtu jānosaka konkrēts, skaidrs un legītimis to apstrādes darbību nolūks, saistībā ar kurām tiek prasīta piekrišana, un jāsniedz datu subjektiem pietiekama informācija par šādām apstrādes darbībām<sup>131</sup>. Ir jāizvairās no nolūku pakāpeniskas paplašināšanas vai sapludināšanas (t. s. “funkciju nesamērīgs pieaugums”), jo tas apdraudētu nolūka ierobežojuma principu un būtu pretrunā tam<sup>132</sup>.

162. Ņemot vērā to, ka uz uzvedību balstītas reklāmas pamatā ir sarežģīta datu apstrādes darbību sistēma, lielām tiešsaistes platformām būtu precīzi jādefinē savu apstrādes darbību nolūki un jānosaka to robežas. Pārzinim ir jāatspoguļo uz uzvedību balstītas reklāmas nolūki, lai lietotājs varētu saprast, kuras apstrādes darbības tiek veiktas katram nolūkam, un izlemt, vai dot savu piekrišanu<sup>133</sup>.
163. Lielām tiešsaistes platformām katrā atsevišķā gadījumā būtu jānovērtē un jādokumentē, vai uz uzvedību balstītas reklāmas nodrošināšana nozīmē, ka tās apstrādā personas datus dažādos nolūkos, un vai katram no šiem nolūkiem ir vajadzīga atsevišķa piekrišana<sup>134</sup>. Savukārt tehniskiem procesiem, kas var būt nesaraucjami saistīti ar vienu nolūku, atsevišķa piekrišana var nebūt vajadzīga<sup>135</sup>. Būtu jāņem vērā arī apsvērumi, kas izklāstīti 4.2.1.5. iedaļā (par detalizāciju) un 4.2.2. iedaļā (par apzinātu piekrišanu).

#### 4.2.4 Viennozīmīga norāde uz vēlmēm

164. Lai piekrišana būtu spēkā saskaņā ar VDAR 4. panta 11. punktu, tai cita starpā ir jābūt viennozīmīgai norādei “uz datu subjekta vēlmēm, ar kuru viņš paziņojuma vai skaidri apstiprinošas darbības veidā sniedz piekrišanu savu personas datu apstrādei”<sup>136</sup>. Tas nozīmē, ka ir jābūt acīmredzamam, ka datu subjekts ir piekritis konkrētajai datu apstrādei<sup>137</sup>.
165. Pārziņiem būtu rūpīgi jāizstrādā veids, kādā datu subjektiem tiek lūgts sniegt savu piekrišanu, jo īpaši, ja tie plāno iegūt piekrišanu nolūkiem, kas nav saistīti ar reklāmas, kas balstīta uz uzvedību, nolūkiem (piemēram, pakalpojuma uzlabošana vai satura personalizēšana). Parasti nevar uzskatīt, ka datu subjekti viennozīmīgi piekrīt visiem nolūkiem ar vienu darbību, ja būtu lietderīgi, lai datu subjektiem būtu iespēja izteikt detalizētākas vēlmes.
166. Saistībā ar modeļiem “piekrist vai maksāt” lietotāji tiek aicināti dot piekrišanu konkrētām apstrādes darbībām, lai piekļūtu pakalpojumam, nemaksājot maksu. Ja lietotājs dod piekrišanu apstrādes darbībām, kas ļauj piekļūt pakalpojumam bez maksas, būtu jāuzskata, ka lietotājs sniedz piekrišanu

<sup>131</sup> Sk. arī 28. apsvērumu, kurā teikts, ka nolūki “jānosaka datu vākšanas laikā”. EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 56. punkts.

<sup>132</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 56. punkts.

<sup>133</sup> Sk. 29. panta darba grupas Atzinumu 3/2013 par nolūku ierobežošanu (WP 203) 16. lpp.: “Šo iemeslu dēļ nolūks, kas ir neskaidrs vai vispārīgs, piemēram, “lietotāju pieredzes uzlabošana”, “tirgvedības nolūkos”, “IT drošības nolūkos” vai “turpmākiem pētījumiem” bez sīkāka paskaidrojuma parasti neatbilst “konkrētuma” kritērijam.”

<sup>134</sup> Sk., piemēram, EST spriedumu *Bundeskartellamt*, 151. punkts: “[I]r pienācīgi, ka piekrišana nupat minēto datu apstrādei var tikt dota atsevišķi no piekrišanas *off Facebook* datu apstrādei.”

<sup>135</sup> EDAK atbilde uz Komisijas iniciatīvu par uzņēmēju brīvprātīgu solījumu vienkāršot patērētāju veiktu sīkdatņu un personalizētu reklāmu izvēli, 7. lpp., kur tā norādīja: “Ja lietotājs piekrīt piekļuvei informācijai vai tās glabāšanai savā galiekārtā labi aprakstītam reklāmas nolūkam, šāds nolūks var attiekties uz tehniskām apstrādes darbībām, kas ir cieši saistītas ar reklāmas nolūku, piemēram, sīkdatņu izmantošanu attēlošanas biežuma ierobežošanai vai reklāmas kampaņu iedarbīguma mērīšanai. Šādas tehniskas apstrādes darbības var ietvert piekļuvi informācijai vai tās glabāšanu galiekārtā”.

<sup>136</sup> C-61/19, *Orange Romania*, ECLI:EU:C:2020:901, 36. punkts.

<sup>137</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 75. punkts.

tikai šīm apstrādes darbībām, paturot prātā, ka piekrišanai jābūt “konkrētai”. Lai piekrišanu varētu uzskatīt par skaidri sniegtu citos nolūkos, šie nolūki ir aktīvi jāizvēlas pašam lietotājam.

167. Vēl viens aspekts, kas ir svarīgs, lai pastāvētu viennozīmīga norāde uz vēlmēm, ir tas, ka lietotājs netiek pakļauts maldinošiem dizaina modeļiem un ka dažādās izvēles iespējas tiek piedāvātas vienādi. Šajā sakarā EDAK arī atgādina par savām pamatnostādnēm par maldinošiem dizaina modeļiem sociālo mediju platformu saskarnēs<sup>138</sup>.
168. Piemēram, izmantojot modeļus “piekrist vai maksāt”, ir svarīgi atcerēties, ka lietotāji var tikt maldināti nolūkā iegūt to piekrišanu, ja pārziņi sniedz neviennozīmīgu informāciju. Tā tas ir gadījumā, ja piekrišana tiek saņemta, izmantojot tādus formulējumus kā “vienkārši turpināt” vai “turpināt bez apmaksas”<sup>139</sup>. Šādos gadījumos apmaksas neveikšana tiek uzsvērtā tādā veidā, ka nav skaidrs, vai bezmaksas iespējas izvēle nozīmē piekrišanu<sup>140</sup>. Lai nodrošinātu viennozīmīgu norādi uz vēlmēm, uzdotie jautājumi būtu jāformulē precīzi un pārredzami, un piekrišanu personas datu apstrādei nevajadzētu sniegt tikai kā iespēju izvairīties no maksas.

## 4.3 Papildu elementi

### 4.3.1 Piekrišanas atsaukšana

169. VDAR 7. panta 3. punktā ir noteikts, ka datu subjektam ir tiesības atsaukt savu piekrišanu jebkurā laikā. Turklāt saskaņā ar VDAR 7. panta 3. punktu “[a]tsaukt piekrišanu ir tikpat viegli kā to dot”<sup>141</sup>. Prasība par vieglu atsaukšanu ir nepieciešams VDAR aprakstītās derīgās piekrišanas aspekts<sup>142</sup>. Šo prasību īstenošanai konkrēts risinājums nav noteikts. Tāpēc parasti katrā gadījumā atsevišķi ir jāpārbauda, vai ir nodrošināta viegli pieejama atsaukšanas iespēja, kas atbilst juridiskajām prasībām<sup>143</sup>. Tas ir atkarīgs arī no tā, vai iespēja atsaukt piekrišanu ir skaidri un nepārprotami atpazīstama un nav sniegta, izmantojot maldinošu vai manipulējošu dizainu<sup>144</sup>.
170. Pārzinim ir obligāti jāinformē datu subjekts par tiesībām atsaukt piekrišanu, pirms viņš faktiski dod savu piekrišanu<sup>145</sup>. Pārzinim ir arī jāinformē datu subjekti par to, kā šīs tiesības var īstenot<sup>146</sup>.
171. Datu subjektiem vajadzētu būt iespējai atsaukt savu piekrišanu bez nelabvēlīgām sekām<sup>147</sup>. Ir svarīgi norādīt, ka tad, ja datu subjekts, atsaucot piekrišanu, saskaras ar nelabvēlīgām sekām, var secināt, ka piekrišana nav bijusi likumīgi saņemta, un pārziņa pienākums ir izdzēst visus lietotāja personas datus, kas savākti, pamatojoties uz šādu nederīgu piekrišanu<sup>148</sup>.

<sup>138</sup> EDAK pamatnostādnes par maldinošiem dizaina modeļiem.

<sup>139</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 84. punkts.

<sup>140</sup> Sk. EDAK pamatnostādnes par maldinošiem dizaina modeļiem, I pielikuma kontrolsaraksts 4.6.2.

<sup>141</sup> Tam nav vienmēr jānotiek ar vienu un to pašu darbību, bet, ja piekrišana tiek iegūta, izmantojot elektroniskus līdzekļus un tikai ar vienu peles klikšķi, pavilkšanas žestu vai taustiņspiedienu, datu subjektiem praksē ir jābūt iespējai tikpat viegli atsaukt šo piekrišanu. EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 113.–114. punkts.

<sup>142</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 116. punkts.

<sup>143</sup> Sk. ziņojumu par EDAK Sīkdatņu akceptēšanas uzniestošā loga darba grupas paveikto darbu (“Report of the work undertaken by the EDPB Cookie Banner Taskforce”), 35. punkts.

<sup>144</sup> Sk. arī Digitālo tirgu akta 37. apsvērumu: “Visbeidzot, vajadzētu būt tikpat viegli atsaukt piekrišanu kā dot. Vārtziņiem nebūtu jāizstrādā, jāorganizē vai jāekspluatē savas tiešsaistes saskarnes tādā veidā, kas maldina, manipulē vai citādi būtiski kropļo vai vājina galalietotāju spēju brīvi dot piekrišanu.”

<sup>145</sup> VDAR 7. panta 3. punkts.

<sup>146</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 116. punkts.

<sup>147</sup> VDAR 42. apsvēruma, EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 46. un 114. punkts.

<sup>148</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 49. punkts.

172. Šeit aplūkoto modeļu “piekrist vai maksāt” kontekstā vispirms ir jānošķir atsaukšanas tiesību izmantošana kā tāda un lietotāja vēlme turpināt pakalpojuma izmantošanu pēc piekrišanas atsaukšanas. Ir svarīgi, lai tiktu sniegta pārredzama un skaidri atpazīstama informācija par to, kā var izmantot atsaukšanas tiesības, lai neradītu iespaidu, ka atsaukšana automātiski novedīs pie maksas abonementa uzsākšanas. Šādos gadījumos atsaukšanas tiesību izmantošanas rezultātā lietotājs atkal saskarsies ar izvēli, vai dot piekrišanu datu apstrādei uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos vai iegādāties maksas abonementu (vai izvēlēties bezmaksas alternatīvu, kas neietver uz uzvedību balstītu reklāmu, ja tāda tiek piedāvāta). Šāda situācija būtu jātraktē tāpat kā vispārīgais jautājums par to, vai var izdarīt brīvu izvēli modeļu “piekrist vai maksāt” gadījumā. Tāpēc kritēriji, pēc kura nosaka, vai radušās nelabvēlīgas sekas, ir norādīti paskaidrojumos, kas sniegti 4.2.1.2. iedaļā (“Nelabvēlīgas sekas”). Ja konkrētā gadījumā ir atzīts, ka ir iespējams izdarīt brīvu izvēli, šim novērtējumam būtu jāattiecas arī uz atsaukšanu, jo pretējā gadījumā no tā vienmēr izrietētu, ka piekrišana nav derīga.
173. Neatkarīgi no tā vajadzētu būt skaidram, ka lietotāja lēmums abonēt maksas pakalpojuma versiju situācijā, kad viņš sākotnēji sniedzis savu piekrišanu apstrādei uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos, ir uzskatāms par viņa piekrišanas atsaukšanu. Savukārt maksas abonementa izbeigšana nav pielīdzināma piekrišanas sniegšanai.
174. Lai novērtētu, vai atsaukšanas tiesības atbilst VDAR prasībām, būtu jāņem vērā arī atsaukšanas tiesību izmantošanas sekas. EDAK pamatnostādņēs par piekrišanu ir paskaidrots, ka parasti, ja piekrišana tiek atsaukta, jebkādas apstrādes darbības, kas balstītas uz piekrišanu, veiktas pirms piekrišanas atsaukšanas un saskaņā ar VDAR, joprojām ir likumīgas, tomēr pārzinim ir jāpārtrauc attiecīgās apstrādes darbības<sup>149</sup>. Ja nav cita likumīga pamata datu apstrādei, tajā skaitā turpmākai glabāšanai, pārzinim tie būtu jādzēš<sup>150</sup>.
175. Tāpēc, atsaucot piekrišanu apstrādei uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos, būtu jāpārtrauc visas apstrādes darbības, kas atļautas ar datu subjekta piekrišanu. Tas attiecas ne tikai uz datu glabāšanu un/vai piekļuvi datiem galiekārtā uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos, bet arī uz turpmāku šādiem nolūkiem savāktu datu apstrādi (piemēram, ja šie dati tiek tālāk kopīgoti ar trešām personām). Tas ir īpaši svarīgi apstākļos, kad pārzinis izmanto lielu reklāmas tīklu, lai vērstos pie fiziskām personām un izsekotu tās vairākās tīmekļa vietnēs.
176. EST spriedumā *Proximus*<sup>151</sup> izdarītie secinājumi ir piemērojami arī uz uzvedību balstītai reklāmai, jo īpaši saistībā ar tādu tiešsaistes tirgvedības metožu izmantošanu kā reāllaika izsolīšana. Tas būtu arī pretrunā principam, ka atsaukšana jāpadara tikpat vienkārša kā piekrišana, ja lietotājam pašam būtu jāīsteno savas atsaukšanas tiesības pret katru iesaistīto pārzini, ja piekrišanu visiem pārziniem var sniegt ar vienu peles klikšķi. Turklāt, jo īpaši veidojot un bagātinot lietotāju profilus, ko izmanto uz uzvedību balstītai reklāmai, profili būtu jādzēš pēc piekrišanas atsaukšanas, un tos nevajadzētu

<sup>149</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 117. punkts.

<sup>150</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 117. punkts.

<sup>151</sup> EST spriedums lietā C-129/21 *Proximus NV / Gegevensbeschermingsautoriteit*, ECLI:EU:C:2022:833. Spriedumā *Proximus* EST norādīja, ka gadījumos, kad dažādi pārzini paļaujas uz datu subjekta vienreizēju piekrišanu, lai šī persona atsauktu šo piekrišanu, pietiek ar to, ka tā šī atsaukuma nolūkos vērstas pie kāda no pārziniem (84. punkts). EST arī norāda: “(...) lai nodrošinātu tiesību atsaukt savu piekrišanu (...) efektivitāti un nodrošinātu, ka datu subjekta piekrišana ir cieši saistīta ar mērķi, kādam tā ir dota, pārzinim, kuram datu subjekts ir atsaucis piekrišanu savu personas datu apstrādei, faktiski ir pienākums informēt ikvienu, kas pārzinim ir šos datus nodevis, kā arī tās personas, kurām tas pats savukārt ir nodevis šos datus. Pēc tam pārziniem ir pienākums nosūtīt šo informāciju citiem pārziniem, kuriem tie ir nodevuši šos datus.” (85. punkts).

apstrādāt, arī citā nolūkā, kam ir cits juridiskais pamats, izņemot gadījumus, kad personas datus apstrādā citā nolūkā ar derīgu juridisko pamatu jau no paša sākuma.

#### 4.3.2 Piekrišanas atjaunošana

177. VDAR nav noteikts konkrēts termiņš, cik bieži piekrišana būtu jāatjauno vai cik ilgi piekrišanu var uzskatīt par datu subjekta vēlmju izpausmi. Pārziņiem šis novērtējums būtu jāveic katrā gadījumā atsevišķi.

EDAK savās pamatnostādnēs ir sniegusi kritērijus, kas varētu palīdzēt pārziņiem noteikt, cik ilgi piekrišana būtu jāuzskata par derīgu, kas cita starpā ietver kontekstu, sākotnējās piekrišanas tvērumu un datu subjekta gaidas<sup>152</sup>. Atkarībā no katra gadījuma konkrētajiem apstākļiem, veicot šādu novērtēšanu, iespējams, būtu jāņem vērā noteikumi, kas iekļauti citos ES tiesību aktos, piemēram, Digitālo tirgu akta 5. panta 2. punktā paredzētais noteikums.

178. Uz uzvedību balstītas reklāmas kontekstā, ņemot vērā apstrādes traucējošo raksturu, piemērots šķiet ierobežots piekrišanas derīguma laikposms, piemēram, viens gads<sup>153</sup>.

## 5 SECINĀJUMI

179. Saistībā ar modeļiem “piekrist vai maksāt”, ko izmanto lielas tiešsaistes platformas, EDAK uzsver, ka pārziņiem ir jāievēro visas VDAR noteiktās prasības, jo īpaši prasības par derīgu piekrišanu, kā aprakstīts šajā atzinumā, vienlaikus novērtējot katra konkrētā gadījuma specifiku.

Jāsecina, ka lielākajā daļā gadījumu lielām tiešsaistes platformām nebūs iespējams izpildīt derīgas piekrišanas prasības, ja tās lietotājiem piedāvās tikai divas izvēles iespējas, proti, piekrišanu personas datu apstrādei uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos un maksas maksāšanu.

180. EDAK atgādina, ka personas datus nevar uzskatīt par tirgojamu preci, un lielām datu platformām būtu jāpatur prātā nepieciešamība novērst to, ka pamattiesības uz datu aizsardzību tiek pārveidotas par iespēju, par kuras izmantošanu datu subjektiem ir jāmaksā. Tāpēc (tikai) maksas alternatīvas piedāvāšanai pakalpojumam, kas ietver apstrādi uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos, nevajadzētu būt pārziņu noklusējuma risinājumam. Gluži pretēji, izstrādājot alternatīvu pakalpojuma versijai, kas ietver uz uzvedību balstītu reklāmu, lielām tiešsaistes platformām būtu jāapsver iespēja nodrošināt datu subjektiem “līdzvērtīgu alternatīvu”, kas neietver maksas maksāšanu (piemēram, iekļaujot cita veida reklāmu, kas nav uz uzvedību balstīta reklāma).

181. Ja pārziņi nolemj nodrošināt datu subjektiem “līdzvērtīgu alternatīvu”, kas ietver maksas maksāšanu, lai nodrošinātu patiesu izvēli un izvairītos no tā, ka lietotājiem tiek piedāvātas tikai divas izvēles iespējas starp maksas maksāšanu un piekrišanu apstrādei uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos, pārziņiem būtu jāapsver arī citas bezmaksas alternatīvas piedāvāšana piemēram, ar reklāmas veidu, kas ietver mazāka apjoma personas datu apstrādi (vai to neietver vispār). Tas ir īpaši svarīgs faktors, novērtējot konkrētus derīgas piekrišanas kritērijus saskaņā ar VDAR.

Vairumā gadījumu tas, vai pārzinis bez maksas piedāvā citu alternatīvu, kas neietver uz uzvedību balstītu reklāmu, būtiski ietekmēs piekrišanas derīguma novērtējumu, jo īpaši saistībā ar nelabvēlīgo

<sup>152</sup> EDAK pamatnostādnes par piekrišanu, 110. punkts.

<sup>153</sup> Sk. arī 29. panta darba grupas atzinumu par biheiviorālo reklāmu tiešsaistē, 16. lpp.

seku aspektu. Tāpēc lielām tiešsaistes platformām būtu nopietni jāapsver iespēja piedāvāt bezmaksas alternatīvu, kas neietver uz uzvedību balstītu reklāmu.

182. Pamatojoties uz Nīderlandes, Norvēģijas un Vācijas (Hamburgas) uzraudzības iestāžu pieprasījumu sniegt atzinumu un pamatojoties uz iepriekš minēto analīzi, EDAK secina, ka **lielu tiešsaistes platformu** (kā definēts šajā atzinumā) **saņemto piekrišanu modeļu “piekrist vai maksāt” kontekstā, kas attiecas uz reklāmu, kura balstīta uz uzvedību, var uzskatīt par derīgu tikai tiktāl, ciktāl šādas platformas saskaņā ar pārskatatbildības principu var pierādīt, ka ir izpildītas visas derīgai piekrišanai noteiktās prasības, kas uzskaitītas tālāk.**

– Piekrišana ir **brīvi sniegta**. Šajā sakarā lielām tiešsaistes platformām cita starpā būtu jāapsver šādi elementi:

- vai datu subjektam rodas **nelabvēlīgas sekas** piekrišanas nesniegšanas vai atsaukšanas dēļ. Šajā saistībā lielām tiešsaistes platformām, kas izmanto modeļus “piekrist vai maksāt”, būtu jānodrošina, ka jebkāda maksa nav tāda, kas faktiski attur datu subjektus no brīvas izvēles izdarīšanas, piemēram, uzvedinot datu subjektu dot piekrišanu. Turklāt nelabvēlīgas sekas var rasties, ja datu subjekti nemaksā maksu par atteikšanos sniegt piekrišanu un tādējādi nepiekrišanas gadījumā tiek izslēgti no pakalpojuma, jo īpaši gadījumos, kad pakalpojumam ir būtiska nozīme vai tas ir izšķirošs dalībai sabiedriskajā dzīvē vai piekļuvē profesionālajiem tīkliem, vēl jo vairāk tad, ja pastāv piesaistes vai tīkla efekts. Tā rezultātā var rasties nelabvēlīgas sekas, ja lielas tiešsaistes platformas izmanto modeļus “piekrist vai maksāt”, lai saņemtu piekrišanu apstrādei;
- vai pastāv **spēku nevienlīdzība** starp datu subjektu un lielām datu platformām. Šajā ziņā lielajām tiešsaistes platformām konkrētā gadījuma novērtējumā var palīdzēt daži neizsmeļoši un nekumulatīvi faktori, tajā skaitā uzņēmuma stāvoklis tirgū, piesaistes vai tīkla efekta esība, tas, cik lielā mērā datu subjekts paļaujas uz konkrēto pakalpojumu, un pakalpojuma galvenā mērķauditorija; ja pastāv skaidra nevienlīdzība, piekrišanu var izmantot tikai “izņēmuma gadījumos” un ja pārzinis saskaņā ar pārskatatbildības principu var pierādīt, ka datu subjektam “neiestāsies negatīvas sekas”, ja tas nesniegs savu piekrišanu, jo īpaši, ja datu subjektiem tiek piedāvāta alternatīva, kam nav negatīvas ietekmes;
- vai piekrišana ir vajadzīga, lai piekļūtu precēm vai pakalpojumiem, pat ja uz piekrišanu balstīta apstrāde nav nepieciešama, tāda līguma izpildei, kas piemērojams šādu preču vai pakalpojumu piedāvājumam. EDAK norāda, ka Eiropas Savienības Tiesa (EST) spriedumā *Bundeskartellamt* ir norādījusi, ka lietotājiem, kuri atsakās dot piekrišanu konkrētām datu apstrādes darbībām, “vajadzības gadījumā par atbilstošu atlīdzību ir jābūt piedāvātai līdzvērtīgai alternatīvai bez šādām datu apstrādes darbībām”. To darot, pārzīni izvairīsies no nosacījumu problēmas. Jebkurā gadījumā joprojām ir jāizpilda arī pārējie “brīvi sniegtas” piekrišanas kritēriji. EDAK uzskata, ka nepieciešamība piedāvāt datu subjektiem “**līdzvērtīgu alternatīvu**”, ko minējusi EST, attiecas uz tā paša pārzīņa piedāvātā attiecīgā pakalpojuma alternatīvu versiju, kas neietver piekrišanu personas datu apstrādei uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos. EDAK norāda elementus, kas var palīdzēt nodrošināt, ka alternatīva ir patiesi līdzvērtīga. Ja alternatīvā versija atšķiras tikai tiktāl, cik tas ir nepieciešams saistībā ar to, ka pārzinis nevar apstrādāt personas datus uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos, to principā var uzskatīt par līdzvērtīgu. Turklāt “līdzvērtīgas alternatīvas” gadījumā ir jāizslēdz apstrādes darbības, kas nav nepieciešamas pakalpojuma sniegšanai un ir balstītas uz piekrišanu. Tā kā apstrādes darbības, ko veic uz uzvedību



balstītas reklāmas nolūkos, nav nepieciešamas pakalpojuma sniegšanai un ir balstītas uz piekrišanu, šādas darbības līdzvērtīgā alternatīvā nav jāiekļauj, ja vien šādas apstrādes darbības nav paredzētas arī citam likumīgam nolūkam;

- vai uzliktā **maksa** ir tāda, kas attur datu subjektus no patiesas izvēles izdarīšanas vai uzvedina viņus sniegt piekrišanu. Attiecībā uz jebkādas maksas noteikšanu par piekļuvi pakalpojuma "līdzvērtīgas alternatīvas" versijai pārziņiem, izskatot katru gadījumu atsevišķi, būtu jānovērtē gan tas, vai maksa vispār ir atbilstoša, gan tas, kāda summa ir atbilstoša konkrētajos apstākļos, paturot prātā nepieciešamību novērst to, ka pamattiesības uz datu aizsardzību tiek pārveidotas par papildu funkciju, kas paredzēta tikai turīgiem cilvēkiem. Šis izvērtējums būtu jāveic, ņemot vērā prasības par derīgu piekrišanu un VDAR 5. pantā noteiktos principus, jo īpaši godprātības principu, un ņemot vērā gan iespējamās uz uzvedību balstītas reklāmas alternatīvas, kas ietver mazāk personas datu apstrādi, gan datu subjektu nostāju.

Uzraudzības iestādēm ir uzdots nodrošināt VDAR izpildi, un tas var būt saistīts arī ar jebkādas maksas ietekmi uz datu subjektu izvēles brīvību. Daudzos gadījumos uzraudzības iestādes var gūt labumu no apspriešanās ar iestādēm citās tiesību jomās, tajā skaitā un jo īpaši patērētāju aizsardzības un konkurences iestādēm;

- vai datu subjektiem ir iespēja brīvi izvēlēties, kuru apstrādes nolūku datu subjekts pieņem, nevis saņemt vienu piekrišanas pieprasījumu, kurā apvienoti vairāki nolūki (**detalizācija**).

- Piekrišana ir **apzināta**. Pārziņiem saskaņā ar pārskatatbildības principu ir pienākums izstrādāt un dokumentēt informācijas procesu, kas ļautu datu subjektiem pilnībā un skaidri izprast viņu iespējamās izvēles vērtību, tvērumu un sekas. Tas nozīmē, ka pirms jebkādas izvēles izdarīšanas datu subjektiem būtu jāsaņem skaidra informācija par apstrādes darbībām, kas saistītas ar katru no tiem piedāvātajām iespējām. Lielām tiešsaistes platformām būtu jāņem vērā to datu apstrādes darbību sarežģītība, kas vajadzīgas, lai nodrošinātu uz uzvedību balstītu reklāmu, un jānodrošina, ka informācija mērķgrupai tiek sniegta skaidrā un saprotamā veidā.
- Piekrišana ir **viennozīmīga norāde uz vēlmēm**. Lielām tiešsaistes platformām būtu rūpīgi jāizstrādā veids, kādā datu subjektiem tiek lūgts sniegt savu piekrišanu, lai nodrošinātu, ka datu subjekti netiek pakļauti maldinošiem dizaina modeļiem. Ja lietotājs sniedz piekrišanu apstrādes darbībām, kas ļauj piekļūt pakalpojumam bez maksas, būtu jāuzskata, ka lietotājs sniedz piekrišanu tikai šīm apstrādes darbībām, paturot prātā, ka piekrišanai jābūt konkrētai. Lai piekrišanu varētu uzskatīt par skaidri sniegtu citos nolūkos, šie nolūki ir aktīvi jāizvēlas pašam lietotājam.
- Piekrišana ir **konkrēta**. Tas nozīmē, ka lielām tiešsaistes platformām būtu precīzi jādefinē apstrādes darbību, kuru veikšanai ir vajadzīga piekrišana, nolūki un jānosaka to robežas. Piemēram, piekrišanu, kas iegūta uz uzvedību balstītas reklāmas nolūkos, nevajadzētu apvienot ar piekrišanu citiem nolūkiem. Lielām tiešsaistes platformām katrā atsevišķā gadījumā būtu jānovērtē un jādokumentē, vai uz uzvedību balstītas reklāmas nodrošināšana nozīmē, ka tās apstrādā personas datus dažādos nolūkos, un vai katram no šiem nolūkiem ir vajadzīga atsevišķa piekrišana.

183. EDAK atgādina, ka **piekrišanas saņemšana neatbrīvo lielas tiešsaistes platformas no citu VDAR noteikumu un principu** – arī VDAR 5. pantā izklāstīto principu – **ievērošanas**. Tālāk uzskaitītie principi ir īpaši svarīgi lielām tiešsaistes platformām, kas īsteno modeļus "piekrist vai maksāt", un tie neattiecas vienīgi uz novērtējumu par to, vai piekrišana ir derīga.

- **Nolūka ierobežojumi un datu minimizēšana.** Lielām tiešsaistes platformām ir pienākums skaidri definēt savu apstrādes darbību nolūku un nodrošināt, ka tiek apstrādāti tikai tie personas dati, kas ir nepieciešami šā nolūka sasniegšanai.
- **Godprātība.** Lai nodrošinātu, ka apstrādes darbības ir godprātīgas, lielām tiešsaistes platformām būtu jāapsver savu apstrādes darbību ietekme uz personu tiesībām un cieņu un jāpiešķir datu subjektiem pēc iespējas lielāka autonomija.
- **Integrēta datu aizsardzība.** Lielām tiešsaistes platformām ir jāīsteno atbilstoši tehniski un organizatoriski pasākumi un apstrādē jāintegrē vajadzīgās garantijas nolūkā izpildīt VDAR prasības un aizsargāt datu subjektu tiesības un brīvības.
- **Datu aizsardzība pēc noklusējuma.** Lielās tiešsaistes platformas ir atbildīgas par noklusējuma apstrādes iestatījumu un iespēju īstenošanu tādā veidā, ka pēc noklusējuma tiek veikta tikai apstrāde, kas ir absolūti nepieciešama, lai sasniegtu noteikto likumīgo nolūku.
- **Pārskatatbildība** – lielās tiešsaistes platformas ir atbildīgas par atbilstību VDAR, tai skaitā iepriekš minētajiem principiem, un tām ir jāspēj šādu atbilstību pierādīt.

Eiropas Datu aizsardzības kolēģijas vārdā –  
priekšsēdētāja

*(Anu Talus)*