

# Stanovisko Výboru podľa článku 64



**Stanovisko 8/2024 k platnému súhlasu v súvislosti s modelmi súhlasu alebo platby, ktoré zaviedli veľké online platformy**

**Prijaté 17. apríla 2024**



## Zhrnutie

Dozorné orgány Holandska, Nórska a Nemecka (Hamburg) požiadali EDPB o vydanie stanoviska k otázke, za akých okolností a podmienok môžu veľké online platformy uplatňovať modely „súhlas alebo platba“ týkajúce sa behaviorálnej reklamy spôsobom, ktorý predstavuje platný, a najmä slobodne poskytnutý súhlas, a to aj so zreteľom na rozsudok Súdneho dvora Európskej únie (SDEÚ) vo veci C-252/21. Rozsah tohto stanoviska je skutočne obmedzený na uplatňovanie modelov „súhlas alebo platba“ veľkými online platformami (ktoré sú vymedzené na účely tohto stanoviska), v rámci ktorých sú používatelia požiadaní o súhlas so spracovaním na účely behaviorálnej reklamy.

EDPB v tejto súvislosti zdôrazňuje potrebu dodržiavať všetky požiadavky všeobecného nariadenia o ochrane údajov, najmä požiadavky na platný súhlas, pri posudzovaní osobitosti každého prípadu. Mimoriadne dôležitá je zásada zodpovednosti. EDPB pripomína, že získanie súhlasu nezbavuje prevádzkovateľa povinnosti dodržiavať všetky zásady uvedené v článku 5 všeobecného nariadenia o ochrane údajov, ako aj ostatné povinnosti vyplývajúce zo všeobecného nariadenia o ochrane údajov. Dodržiavanie zásad nevyhnutnosti a primeranosti, obmedzenia účelu, minimalizácie údajov a spravodlivosti je kľúčové.

Vo väčšine prípadov nebude pre veľké online platformy možné splniť požiadavky na platný súhlas, ak budú používatelov konfrontovať len s binárnou voľbou medzi súhlasom so spracovaním osobných údajov na účely behaviorálnej reklamy a zaplatením poplatku.

Ponuka (len) platenej alternatívy služby, ktorá zahŕňa spracovanie na účely behaviorálnej reklamy, by nemala byť pre prevádzkovateľov štandardnou cestou. Pri vývoji alternatívy k verzii služby s behaviorálnou reklamou by veľké online platformy mali zvážiť, že dotknutým osobám poskytnú „rovnocennú alternatívu“, pri ktorej sa nevyžaduje zaplatenie poplatku. Ak sa prevádzkovatelia rozhodnú účtovať poplatok za prístup k „rovnocennej alternatíve“, mali by zvážiť, či ponúknu aj ďalšiu bezplatnú alternatívu bez behaviorálnej reklamy, napríklad s formou reklamy zahŕňajúcou spracovanie menšieho množstva (alebo žiadnych) osobných údajov. To je obzvlášť dôležitý faktor pri posudzovaní určitých kritérií platného súhlasu podľa všeobecného nariadenia o ochrane údajov. Vo väčšine prípadov bude mať podstatný vplyv na posúdenie platnosti súhlasu, najmä pokiaľ ide o aspekt nepriaznivých následkov, skutočnosť, či prevádzkovateľ ponúka ďalšiu alternatívu bez behaviorálnej reklamy, a to bezplatne.

Pokiaľ ide o požiadavky všeobecného nariadenia o ochrane údajov na platný súhlas, v prvom rade musí byť súhlas „slobodne poskytnutý“. Aby sa predišlo nepriaznivým následkom, ktoré by vylúčili slobodne poskytnutý súhlas, žiadny uložený poplatok nesmie byť taký, aby účinne bránil dotknutým osobám v slobodnej voľbe. Okrem toho môžu vzniknúť nepriaznivé následky, ak dotknuté osoby, ktoré nedali súhlas, nezaplatia poplatok, a teda im hrozí vylúčenie zo služby, najmä v prípadoch, keď služba zohráva významnú úlohu alebo je rozhodujúca pre účasť na spoločenskom živote alebo pre prístup k profesionálnym sieťam, a to ešte viac v prípade prítomnosti účinku odkázanosti na určitého dodávateľa alebo sieťových účinkov. V dôsledku toho môže dôjsť k nepriaznivým následkom, ak veľké online platformy používajú na získanie súhlasu so spracovaním model „súhlas alebo platba“.

Prevádzkovatelia musia tiež v každom jednotlivom prípade posúdiť, či medzi dotknutou osobou a prevádzkovateľom nedochádza k nepomeru moci. Medzi faktory, ktoré sa majú posúdiť, patrí postavenie veľkej online platformy na trhu, existencia účinku odkázanosti na určitého dodávateľa alebo sieťových účinkov, rozsah, v akom sa dotknutá osoba spolieha na službu, a hlavná cieľová skupina služby.

Prvok podmienenosti, t. j. či sa na prístup k tovaru alebo službám vyžaduje súhlas, aj keď spracúvanie nie je nevyhnutné na splnenie zmluvy, je ďalším kritériom na posúdenie toho, či je súhlas „slobodne poskytnutý“. Súdny dvor EÚ v rozsudku vo veci *Bundeskartellamt* uviedol, že používateľom, ktorí odmietnu udeliť súhlas na určité spracovateľské operácie, sa má ponúknuť, „ak je to potrebné, za primeraný poplatok, rovnocenná alternatíva bez takýchto spracovateľských operácií“. Týmto spôsobom sa prevádzkovatelia vyhnú otázke podmienenosti. V každom prípade musia byť splnené aj ostatné kritériá „slobodne poskytnutého“ súhlasu.

„Rvnocenná alternatíva“ sa vzťahuje na alternatívnu verziu služby ponúkanú tým istým prevádzkovateľom, ktorá nezahŕňa súhlas so spracovaním osobných údajov na účely behaviorálnej reklamy. V stanovisku sa poskytujú prvky, ktoré môžu pomôcť zabezpečiť, aby táto alternatíva bola skutočne rovnocenná. Ak sa alternatívna verzia líši len v rozsahu nevyhnutnom v dôsledku toho, že prevádzkovateľ nemôže spracúvať osobné údaje na účely behaviorálnej reklamy, možno ju v zásade považovať za rovnocennú.

Pokiaľ ide o zavedenie poplatku za prístup k „rovnocennej alternatívnej“ verzii služby, EDPB pripomína, že osobné údaje nemožno považovať za komoditu, s ktorou možno obchodovať, a prevádzkovatelia by mali mať na pamäti potrebu zabrániť tomu, aby sa základné právo na ochranu údajov zmenilo na funkciu, za ktorú musia dotknuté osoby platiť. Prevádzkovatelia by mali v jednotlivých prípadoch posúdiť, či je poplatok vôbec vhodný a aká výška je za daných okolností primeraná, pričom by mali zohľadniť možné alternatívy behaviorálnej reklamy, ktoré zahŕňajú spracúvanie menšieho množstva osobných údajov, ako aj postavenie dotknutých osôb. Prevádzkovatelia by mali zabezpečiť, aby poplatok nebol taký, aby bránil dotknutým osobám v skutočnej možnosti voľby vzhľadom na požiadavky platného súhlasu a zásady podľa článku 5 všeobecného nariadenia o ochrane údajov, najmä spravodlivosť. Zásada zodpovednosti je v tomto ohľade kľúčová. Dozorné orgány majú za úlohu presadzovať uplatňovanie všeobecného nariadenia o ochrane údajov, čo sa môže týkať aj vplyvu každého poplatku na slobodu voľby dotknutých osôb.

Ďalšou podmienkou je podrobnosť údajov: keď sa dotknutej osobe predloží model „súhlas alebo platba“, mala by mať možnosť slobodne si vybrať účel spracúvania, ktorý akceptuje, a nie byť konfrontovaná s jednou žiadosťou o súhlas, v ktorej sa spája niekoľko účelov.

Platný súhlas musí aj tiež „konkrétny“, t. j. udelený na jeden alebo viacero konkrétnych účelov, a musí predstavovať jednoznačný prejav vôle: v modeloch „súhlas alebo platba“ je obzvlášť dôležité, aby prevádzkovatelia pozorne navrhli spôsob, akým sa dotknuté osoby požiadajú o poskytnutie súhlasu. Používatelia by nemali podliehať klamlivým dizajnovým vzorcom.

Aby bol súhlas „informovaný“, proces informovania vytvorený prevádzkovateľmi by mal dotknutým osobám umožniť úplné a jasné pochopenie hodnoty, rozsahu a dôsledkov ich možných rozhodnutí, pričom sa zohľadní zložitost spracovateľských činností súvisiacich s behaviorálnou reklamou.

EDPB ďalej poskytuje vysvetlenia týkajúce sa odvolania súhlasu a odporúča prevádzkovateľom, aby starostlivo posúdili, ako často by sa mal súhlas „obnovovať“.

## Obsah

1	Úvod .....	6
1.1	Zhrnutie skutočností.....	6
1.2	Prípustnosť žiadosti o stanovisko podľa článku 64 ods. 2 GDPR.....	7
2	Vymedzenie pojmov a rozsah stanoviska.....	8
2.1	Vymedzenie pojmov .....	8
2.1.1	Vymedzenie modelov „súhlas alebo platba“ .....	9
2.1.2	Vymedzenie pojmu „behaviorálna reklama“ .....	9
2.1.3	Vymedzenie pojmu „veľké online platformy“ v kontexte tohto stanoviska .....	10
2.2	Rozsah stanoviska.....	12
3	Právny rámec.....	13
3.1	Príslušné ustanovenia všeobecného nariadenia o ochrane údajov .....	13
3.2	Ďalšie právne nástroje.....	14
3.3	Zhrnutie rozsudku vo veci <i>Bundeskartellamt</i> .....	15
3.4	Existujúce usmernenia EDPB .....	16
4	Posúdenie EDPB .....	17
4.1	Zásady a všeobecné pripomienky .....	17
4.2	Požiadavky na platný súhlas .....	19
4.2.1	Slobodne poskytnutý súhlas.....	19
4.2.2	Informovaný súhlas .....	32
4.2.3	Konkrétny súhlas .....	35
4.2.4	Jednoznačný prejav vôle .....	36
4.3	Dodatočné prvky .....	37
4.3.1	Odvolanie súhlasu .....	37
4.3.2	Obnovenie súhlasu .....	39
5	Závery .....	39

## **Európsky výbor pre ochranu údajov,**

so zreteľom na článok 63 a článok 64 ods. 2 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 z 27. apríla 2016 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa zrušuje smernica 95/46/ES (ďalej len „všeobecné nariadenie o ochrane údajov“),

so zreteľom na Dohodu o EHP, a najmä na prílohu XI a protokol 37 k tejto dohode, ktoré boli zmenené rozhodnutím Spoločného výboru EHP č. 154/2018 zo 6. júla 2018<sup>1</sup>,

so zreteľom na články 10 a 22 svojho rokovacieho poriadku,

keďže:

(1) Hlavnou úlohou Európskeho výboru pre ochranu údajov (ďalej len „výbor“ alebo „EDPB“) je zabezpečiť jednotné uplatňovanie všeobecného nariadenia o ochrane údajov v celom Európskom hospodárskom priestore (ďalej len „EHP“). V článku 64 ods. 2 všeobecného nariadenia o ochrane údajov sa stanovuje, že ktorýkoľvek dozorný orgán, predseda výboru alebo Komisia môže požiadať, aby akúkoľvek záležitosť so všeobecným uplatnením alebo s účinkami vo viac ako jednom členskom štáte EHP preskúmal výbor s cieľom získať stanovisko. Cieľom tohto stanoviska je preskúmať otázku všeobecného uplatnenia, alebo ktorá má účinky vo viac ako jednom členskom štáte EHP.

(2) Stanovisko výboru sa prijme podľa článku 64 ods. 3 všeobecného nariadenia o ochrane údajov v spojení s článkom 10 ods. 2 jeho rokovacieho poriadku do ôsmich týždňov po rozhodnutí predsedníčky a príslušného dozorného orgánu o úplnosti spisu. Na základe rozhodnutie predsedníčky sa táto lehota môže predĺžiť o ďalších šesť týždňov s prihliadnutím na zložitosť záležitosti.

### **PRIJAL TOTO STANOVISKO:**

## **1 ÚVOD**

### **1.1 Zhrnutie skutočností**

1. Holandský dozorný orgán, konajúci aj v mene nórskeho dozorného orgánu a nemeckého (hamburského) dozorného orgánu, ďalej spoločne len „žiadajúce dozorné orgány“, 17. januára 2024 požiadal EDPB o vydanie stanoviska podľa článku 64 ods. 2 všeobecného nariadenia o ochrane údajov v súvislosti s tzv. modelmi „súhlas alebo platba“ (ďalej len „žiadost“).
2. Predsedníčka výboru a holandský dozorný orgán považovali spis za úplný 25. januára 2024. V ten istý deň tento spis odovysielal sekretariát EDPB.

---

<sup>1</sup> Odkazy na „členské štáty“ uvádzané v tomto stanovisku sa majú chápať ako odkazy na „členské štáty EHP“.

3. Žiadosť sa v skratke týka okolností, za ktorých môžu veľké online platformy, ktoré priťahujú veľké množstvo používateľov v Európskom hospodárskom priestore (ďalej len „EHP“), zaviesť tzv. modely „súhlas alebo platba“<sup>2</sup> pri spracúvaní údajov na účely behaviorálnej reklamy, a to spôsobom, ktorý spĺňa požiadavku platného, a najmä slobodne poskytnutého súhlasu<sup>3</sup>.
4. Žiadajúce dozorné orgány pripomínajú „usmernenia EDPB 5/2020 k súhlasu podľa nariadenia 2016/679“ (ďalej len „usmernenia EDPB k súhlasu“) a zdôrazňujú, že je dôležité posúdiť, či dotknuté osoby, ktoré sú konfrontované s modelmi „súhlas alebo platba“, sú „schopné vykonať skutočnú voľbu“, pričom sa zohľadňuje „riziko oklamania, zastrasovania, nátlaku alebo výrazných negatívnych dôsledkov“, alebo či „existuje akýkoľvek prvok donucovania, nátlaku alebo nemožnosti uplatniť si slobodnú vôľu“<sup>4</sup>.
5. Žiadajúce dozorné orgány ďalej uvádzajú, že uvedené otázky by sa mali riešiť s prihliadnutím na rozsudok Súdneho dvora vo veci *Bundeskartellamt*<sup>5</sup>.
6. Žiadajúce dozorné orgány nakoniec v odôvodnení žiadosti poukazujú na to, že „niekoľko členov EDPB už poskytlo usmernenia týkajúce sa modelov ‚súhlas alebo platba‘ na vnútroštátnej úrovni, napríklad v súvislosti s mediálnymi službami“, a že hoci sú tieto vnútroštátne usmernenia „cenné a poskytujú dobrý východiskový bod“, sú „zvyčajne zamerané na menších prevádzkovateľov“<sup>6</sup>. Žiadajúce dozorné orgány preto tvrdia, že je potrebné poskytnúť odpoveď na konkrétne otázky, ktoré vyvoláva zavedenie modelov „súhlas alebo platba“ veľkými online platformami, aby sa zabezpečil jednotný výklad a uplatňovanie všeobecného nariadenia o ochrane údajov.

## 1.2 Prípustnosť žiadosti o stanovisko podľa článku 64 ods. 2 GDPR

7. V článku 64 ods. 2 všeobecného nariadenia o ochrane údajov sa konkrétne stanovuje, že ktorýkoľvek dozorný orgán môže požiadať, aby akúkoľvek záležitosť so všeobecným uplatnením alebo s účinkami vo viac ako jednom členskom štáte preskúmal výbor s cieľom získať stanovisko.
8. Žiadajúce dozorné orgány v žiadosti uvádzajú, že „z hľadiska ochrany údajov v súčasnosti neexistuje konzistentná európska odpoveď na uvedenú otázku<sup>7</sup> týkajúcu sa platnosti súhlasu v súvislosti s modelmi ‚súhlas alebo platba‘“<sup>8</sup>. Ďalej zdôrazňujú, že „je to dôvod na znepokojenie, keďže táto otázka

---

<sup>2</sup> Pozri vymedzenie pojmu v oddiele 2.1.1 tohto stanoviska.

<sup>3</sup> Žiadosť o stanovisko podľa článku 64 ods. 2 všeobecného nariadenia o ochrane údajov (ďalej len „žiadosť“), oddiel I („Úvod“), s. 1.

<sup>4</sup> Žiadosť, oddiel II („Súvislosti a odôvodnenie tejto žiadosti“), A. Právny rámec týkajúci sa základného pojmu súhlas, s. 2. V tejto súvislosti pozri usmernenia EDPB 5/2020 k súhlasu podľa nariadenia 2016/679, prijaté 4. mája 2020 (ďalej len „usmernenia EDPB k súhlasu“), bod 24.

<sup>5</sup> Žiadosť, oddiel II („Súvislosti a odôvodnenie tejto žiadosti“), B. Vzťah medzi súhlasom a „modelmi súhlas alebo platba“, s. 3. Pozri rozsudok Súdneho dvora Európskej únie zo 4. júla 2023, *Meta Platforms Inc./Bundeskartellamt*, C-252/21, EU:C:2023:537 (ďalej len „rozsudok Súdneho dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*“). Žiadajúce dozorné orgány sa konkrétne odvolávajú na body 143 – 144, 148 – 150 rozsudku Súdneho dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*.

<sup>6</sup> Žiadosť, oddiel II („Súvislosti a odôvodnenie tejto žiadosti“), C. Súčasný vývoj a potreba objasnenia, s. 4. Konkrétne žiadajúce dozorné orgány spolu so žiadosťou predkladajú vnútroštátne usmernenia, v ktorých sú uvedené všeobecné kritériá pre modely „súhlas alebo platba“, ktoré vydali dozorné orgány Nemecka (Hamburg), Rakúska a Francúzska.

<sup>7</sup> Pozri bod 3 tohto stanoviska.

<sup>8</sup> Žiadosť, oddiel II („Súvislosti a odôvodnenie tejto žiadosti“), C. Súčasný vývoj a potreba objasnenia, s. 4.

je [...] neoddeliteľne spojená s výkladom pojmu súhlas, a preto ide o všeobecne platnú záležitosť týkajúcu sa kľúčového pojmu zo všeobecného nariadenia o ochrane údajov<sup>9</sup>.

9. Žiadosť sa týka konzistentného výkladu pojmu súhlas, konkrétne okolností, za ktorých možno považovať za platný súhlas získaný veľkými online platformami, ktoré spracúvajú osobné údaje na účely behaviorálnej reklamy a uplatňujú modely „súhlas alebo platba“. V dôsledku toho sa výbor domnieva, že žiadosť sa týka „záležitosti so všeobecným uplatnením“ v zmysle článku 64 ods. 2 všeobecného nariadenia o ochrane údajov. Ide najmä o záležitosti súvisiace s praktickým vykonávaním kľúčových ustanovení všeobecného nariadenia o ochrane údajov, v súvislosti s ktorými v súčasnosti neexistuje konzistentný výklad na úrovni EÚ. Možno preto tvrdiť, že existuje všeobecný záujem na posúdení tejto otázky vo forme stanoviska EDPB s cieľom zabezpečiť jednotné uplatňovanie všeobecného nariadenia o ochrane údajov. Zavedenie modelov „súhlas alebo platba“ veľkými online platformami vyvoláva osobitné otázky: ako zdôraznili žiadajúce dozorné orgány, „tento nedostatok jednotného prístupu je obzvlášť naliehavý, pokiaľ ide o veľké online platformy, ktoré v Európe priťahujú milióny dotknutých osôb. Možno tvrdiť, že najmä v prípade takýchto veľkých online platforiem je potrebný jednotný prístup vo vzťahu k akýmkoľvek otázkam všeobecného uplatňovania týkajúcim sa tohto typu prevádzkovateľov, pričom sa zohľadňuje skutočnosť, že tieto platformy pôsobia vo všetkých členských štátoch EÚ a EHP a akýkoľvek model ‚súhlas alebo platba‘ zavedený prevádzkovateľmi prevádzkujúcimi tento typ veľkých online platforiem ovplyvní milióny dotknutých osôb v Európe“<sup>10</sup>.
10. Súčasťou žiadosti je písomné odôvodnenie týkajúce sa súvislostí a dôvodov predloženia otázky výboru vrátane príslušného právneho rámca, vzťahu medzi súhlasom a modelmi „súhlas alebo platba“, ako aj súčasného vývoja judikatúry Súdneho dvora EÚ a potreby jasného a konzistentného výkladu<sup>11</sup>. Výbor sa preto domnieva, že žiadosť je odôvodnená v súlade s článkom 10 ods. 3 rokovacieho poriadku EDPB<sup>12</sup>.
11. Podľa článku 64 ods. 3 všeobecného nariadenia o ochrane údajov EDPB nevydá stanovisko, ak už v danej záležitosti stanovisko vydal<sup>13</sup>. Ako je ďalej vysvetlené v oddiele 3.4, EDPB nevydal stanovisko k rovnakej záležitosti a zatiaľ neposkytol odpovede na otázky vyplývajúce z tejto žiadosti.
12. Z týchto dôvodov sa výbor domnieva, že žiadosť je prípustná a otázky, ktoré z nej vyplývajú, by sa mali analyzovať v tomto stanovisku (ďalej len „stanovisko“) prijatom podľa článku 64 ods. 2 všeobecného nariadenia o ochrane údajov.
13. V nasledujúcom oddiele sa uvádza vymedzenie pojmov „súhlas alebo platba“, „behaviorálna reklama“ a „veľké online platformy“ v kontexte tohto stanoviska, ako aj opis rozsahu tohto stanoviska.

## 2 VYMEDZENIE POJMOV A ROZSAH STANOVISKA

### 2.1 Vymedzenie pojmov

<sup>9</sup> Žiadosť, oddiel II („Súvislosti a odôvodnenie tejto žiadosti“), C. Súčasný vývoj a potreba objasnenia, s. 4.

<sup>10</sup> Žiadosť, oddiel II („Súvislosti a odôvodnenie tejto žiadosti“), C. Súčasný vývoj a potreba objasnenia, s. 5.

<sup>11</sup> Žiadosť, oddiel II („Súvislosti a odôvodnenie tejto žiadosti“), s. 1 – 5.

<sup>12</sup> V článku 10 ods. 3 rokovacieho poriadku EDPB sa uvádza: „Žiadosti sa odôvodňujú podľa článku 64 ods. 2 všeobecného nariadenia o ochrane údajov“.

<sup>13</sup> Článok 64 ods. 3 všeobecného nariadenia o ochrane údajov a článok 10 ods. 4 rokovacieho poriadku EDPB.



### 2.1.1 Vymedzenie modelov „súhlas alebo platba“

14. Modely „súhlas alebo platba“<sup>14</sup> možno vymedziť ako modely, v ktorých prevádzkovateľ ponúka dotknutým osobám výber medzi aspoň dvoma možnosťami, aby získali prístup k online službe, ktorú prevádzkovateľ poskytuje: dotknutá osoba môže 1. súhlasiť so spracovaním svojich osobných údajov na určený účel alebo 2. rozhodnúť sa zaplatiť poplatok a získať prístup k online službe bez toho, aby sa jej osobné údaje spracúvali na tento účel. Toto stanovisko sa zameriava na modely, v ktorých možno udeliť súhlas so spracúvaním osobných údajov na účely behaviorálnej reklamy.
15. V rámci prvej uvedenej možnosti získajú dotknuté osoby prístup k službe len vtedy, ak súhlasia s tým, aby ich prevádzkovateľ sledoval a cielil na nich behaviorálnu reklamu. V tomto prípade je obchodný model prevádzkovateľa zvyčajne financovaný prostredníctvom online reklamy založenej na správaní používateľov.
16. V rámci druhej možnosti dotknuté osoby zaplatia poplatok (môže ísť napríklad o týždenné, mesačné alebo ročné predplatné, ako aj o jednorazovú platbu)<sup>15</sup> a získajú prístup k verzii služby, ktorá nezahŕňa spracúvanie osobných údajov používateľa na účely behaviorálnej reklamy. Treba však poznamenať, že hoci táto druhá možnosť môže znamenať, že dotknuté osoby nebudú sledované vôbec, môže tiež znamenať, že dotknuté osoby budú stále sledované na iné účely, napr. na účely analýzy používania webového sídla s cieľom zlepšiť jeho funkcie. EDPB v každom prípade pripomína, že takéto účely musia byť legitímne, konkrétne a spracúvanie musí byť založené na zákonomnom základe podľa všeobecného nariadenia o ochrane údajov. Okrem toho sa súbory cookie alebo technológie sledovania môžu používať aj v platenej verzii služby na iné účely ako na behaviorálnu reklamu. Ak akákoľvek použitá technológia zahŕňa prístup k informáciám alebo ich ukladanie v koncovom zariadení, podlieha dodržiavaniu všeobecného nariadenia o ochrane údajov a prípadne článku 5 ods. 3 smernice o súkromí a elektronických komunikáciách.
17. Zatiaľ čo v rámci modelov „súhlas alebo platba“, o ktorých sa hovorí v tomto stanovisku, sa dotknutej osobe zvyčajne odoprie prístup k službe, ak nesúhlasí so spracúvaním osobných údajov na účely behaviorálnej reklamy ani nezaplatí poplatok, EDPB zdôrazňuje, že dotknutým osobám možno ponúknuť ďalšiu alternatívu bez behaviorálnej reklamy, ktorá je bezplatná, ako sa ďalej opisuje v oddiele 4.2.1.1.

### 2.1.2 Vymedzenie pojmu „behaviorálna reklama“

18. EDPB konštatuje, že mechanizmy umožňujúce poskytovanie personalizovaných online reklám dotknutým osobám sa v priebehu času rozšírili. Zvýšila sa aj ich sofistikovanosť. Personalizovaná reklama môže byť zacielená na používateľov na základe rôznych kritérií a techník vrátane informácií týkajúcich sa ich správania online a offline.
19. Behaviorálna reklama, ktorá zahŕňa vytváranie podrobných profilov dotknutých osôb, sa v dnešnom online prostredí stala kľúčovým prvkom niektorých obchodných modelov. V stanovisku 2/2010 pracovnej skupiny zriadenej podľa článku 29 k behaviorálnej reklame online je „behaviorálna reklama“ vymedzená ako „reklama založená na pozorovaní správania jednotlivcov postupom času“<sup>16</sup>. Pracovná

---

<sup>14</sup> V tejto súvislosti pozri aj dokumenty prijaté na vnútroštátnej úrovni, napríklad i) Austrian SA (DSB), *FAQ zum Thema Cookies und Datenschutz*, 20. decembra 2023; ii) French SA (CNIL), *Cookie walls: la CNIL publie des premiers critères d'évaluation*, 16. mája 2022; a iii) Konferencia nezávislých orgánov na ochranu údajov Nemecka (DSK), *Beschluss – der Konferenz der unabhängigen Datenschutzaufsichtsbehörden des Bundes und der Länder*, 22. marca 2023.

<sup>15</sup> V týchto prípadoch sa môže platené predplatné líšiť aj podľa služieb, ku ktorým má používateľ prístup, napr. základná služba pre prvú úroveň predplatného, ďalšia pre ďalšie/doplnkové služby alebo funkcie.

<sup>16</sup> Pracovná skupina zriadená podľa článku 29, stanovisko 2/2010 k behaviorálnej reklame online, WP 171, prijaté 22. júna 2010 (ďalej len „stanovisko pracovnej skupiny zriadenej podľa článku 29 k behaviorálnej reklame online“), s. 4.

skupina zriadená podľa článku 29 ďalej zdôraznila, že behaviorálna reklama „sa zaoberá štúdiom charakteristických znakov tohto správania prostredníctvom jeho prejavov (opakované návštevy internetových stránok, interakcie, kľúčové slová, tvorba online obsahu atď.) s cieľom zostavenia určitého profilu, ktorý dotknutým osobám dodá reklamu na mieru tak, aby zodpovedala ich predpokladaným záujmom“<sup>17</sup>.

20. Ako je vysvetlené v uvedenom stanovisku pracovnej skupiny zriadenej podľa článku 29, behaviorálna reklama je založená na údajoch, ktoré sa zhromažďujú prostredníctvom pozorovania aktivity používateľov postupom času (napr. na základe navštívených stránok, času, ktorý strávia na stránke zobrazujúcej určitý produkt, počtu opätovných pripojení k stránke, udelených lajkov alebo ich polohy). V týchto prípadoch sa monitorovanie používateľov uskutočňuje prostredníctvom súborov cookie alebo iných podobných technológií sledovania (napr. sociálnych doplnkov alebo pixelov). Používateľov môžu na rôznych webových sídlach sledovať rôzne subjekty (napr. platformy a data brokeri)<sup>18</sup>. Získané údaje, ktoré môžu byť v určitých prípadoch doplnené o údaje, ktoré aktívne poskytol používateľ (napríklad pri vytvorení účtu online alebo pri prihlásení na webovom sídle) alebo o údaje offline, umožňujú podnikom odvodit' informácie o používateľovi a vyvodit' závery o jeho preferenciách, vkuse a záujmoch<sup>19</sup>. Keď prevádzkovatelia spracúvajú osobné údaje na účely behaviorálnej reklamy, dochádza k niekoľkým spracovateľským činnostiam. Patrí medzi ne monitorovanie správania dotknutých osôb, zhromažďovanie osobných údajov a ich analýza na účely vytvárania a rozvoja profilov používateľov, výmena osobných údajov s tretími stranami v rámci vytvárania a rozvoja profilov používateľov alebo na účely prepojenia inzerentov s vydavateľmi, zobrazovanie reklám dotknutým osobám prispôbených na základe výsledného profilu a analýza interakcie používateľov s reklamami zobrazovanými na základe ich profilu.
21. Z tohto dôvodu sa behaviorálna reklama považuje za mimoriadne rušivú formu reklamy, pretože môže prevádzkovateľom poskytnúť veľmi podrobný obraz o osobnom živote jednotlivcov. Okrem toho, ako pripomenul EDPB vo svojich usmerneniach 8/2020 k zacieľovaniu na používateľov sociálnych médií, prináša to značné riziká pre základné práva a slobody dotknutých osôb vrátane možnosti diskriminácie a vylúčenia a nožnej manipulácie s používateľmi<sup>20</sup>.

### 2.1.3 Vymedzenie pojmu „veľké online platformy“ v kontexte tohto stanoviska

22. Toto stanovisko sa zameriava na modely „súhlasu alebo platby“, ktoré uplatňujú „prevádzkovatelia „veľkých online platforiem“, ktoré priťahujú veľké množstvo používateľov v EHP“<sup>21</sup>. Je dôležité určiť typ platforiem, ktoré patria do rozsahu pôsobnosti tohto stanoviska.
23. EDPB pripomína, že „online platformy“ nie sú vo všeobecnom nariadení o ochrane údajov vymedzené. Preto je vhodné spresniť význam tohto pojmu. Na účely tohto stanoviska sa pojem „online platformy“

<sup>17</sup> Stanovisko pracovnej skupiny zriadenej podľa článku 29 k behaviorálnej reklame online, s. 4.

<sup>18</sup> Usmernenia EDPB 8/2020 k zacieľovaniu na používateľov sociálnych médií, verzia 2.0, prijaté 13. apríla 2021 (ďalej len „usmernenia EDPB k zacieľovaniu“), bod 3.

<sup>19</sup> Stanovisko pracovnej skupiny zriadenej podľa článku 29 k behaviorálnej reklame online, s. 7 (Existujú dva hlavné prístupy k vytváraniu profilov používateľov: i) Prediktívne profily sa vytvárajú odvodením z pozorovania individuálneho a kolektívneho správania používateľov postupom času, najmä monitorovaním navštívených stránok a zobrazených reklám alebo kliknutí na ne. ii) Explicitné profily sa vytvárajú z osobných údajov, ktoré samotné dotknuté osoby poskytujú webovej službe, napríklad registráciou. Oba prístupy možno kombinovať. Okrem toho sa prediktívne profily môžu výslovne uviesť neskôr, keď si dotknutá osoba vytvorí prihlasovacie údaje na webové sídlo).

<sup>20</sup> Usmernenia EDPB k zacieľovaniu, body 9 – 18.

<sup>21</sup> Žiadosť, časť I („Úvod“), s. 3.

môže vzťahovať, nie však výlučne, na „online platformy“, ako sú vymedzené v článku 3 písm. i) aktu o digitálnych službách<sup>22</sup>.

24. V nasledujúcich odsekoch EDPB zdôrazňuje určité prvky, ktoré sa majú posudzovať individuálne s cieľom určiť, či sa má prevádzkovateľ na účely tohto stanoviska považovať za „veľkú online platformu“. Vzhľadom na to, že niektoré prvky môžu byť pre niektorých prevádzkovateľov relevantnejšie ako pre iných, tento zoznam prvkov nie je úplný ani nepredstavuje zoznam kumulatívnych požiadaviek; cieľom tohto zoznamu prvkov je skôr naznačiť aspekty, ktoré môžu viesť k tomu, že sa prevádzkovateľ bude na účely tohto stanoviska považovať za „veľkú online platformu“.
25. Veľké online platformy sú predovšetkým platformy, ktoré priťahujú veľké množstvo dotknutých osôb ako svojich používateľov.
26. Postavenie spoločnosti na trhu je ďalším prvkom, ktorý môže byť relevantný pre posúdenie, či možno prevádzkovateľa považovať za „veľkú online platformu“.
27. Ďalším prvkom, ktorý je potrebné zohľadniť pri posudzovaní, či sa prevádzkovateľ považuje za „veľkú online platformu“, je, či vykonáva spracúvanie vo veľkom rozsahu. EDPB pripomína, že vo všeobecnom nariadení o ochrane údajov nie je vymedzené, čo predstavuje spracúvanie veľkého rozsahu, hoci v odôvodnení 91 všeobecného nariadenia o ochrane údajov sa poskytuje určité usmernenie. Pracovná skupina zriadená podľa článku 29 však poskytla usmernenie (schválené EDPB) k významu spracúvania „vo veľkom rozsahu“ v kontexte článku 37 ods. 1 písm. b) a c) všeobecného nariadenia o ochrane údajov, a konkrétnejšie k faktorom, ktoré by sa mali zohľadniť pri určovaní, či sa spracúvanie vykonáva vo veľkom rozsahu. Tieto faktory sú relevantné aj na účely tohto stanoviska. Patrí k nim napríklad počet dotknutých osôb, objem údajov a geografický rozsah spracovateľskej činnosti<sup>23</sup>.
28. Toto vymedzenie pojmu sa môže okrem iného vzťahovať na niektorých prevádzkovateľov „veľmi veľkých online platforiem“, ako sú vymedzené v akte o digitálnych službách<sup>24</sup>, a „strážcov prístupu“, ako sú vymedzené v akte o digitálnych trhoch<sup>25</sup>.

---

<sup>22</sup> V článku 3 písm. i) aktu o digitálnych službách sa „online platforma“ vymedzuje ako „hostingová služba, ktorá na žiadosť príjemcu služby uchováva a verejne šíri informácie, pokiaľ táto činnosť nie je nepodstatným a čisto vedľajším prvkom inej služby alebo nepodstatnou funkciou hlavnej služby, ktorý z objektívnych a technických dôvodov nemožno použiť bez tejto inej služby, a začlenenie tohto prvku alebo funkcie do inej služby nie je prostriedkom na obchádzanie uplatniteľnosti tohto nariadenia“.

<sup>23</sup> V tejto súvislosti pozri usmernenia pracovnej skupiny pre ochranu údajov zriadenej podľa článku 29 týkajúce sa zodpovedných osôb, WP 243 rev.01, naposledy revidované a prijaté 5. apríla 2017, schválené EDPB 25. mája 2018, s. 7 – 8, a usmernenia pracovnej skupiny pre ochranu údajov zriadenej podľa článku 29 týkajúce sa posúdenia vplyvu na ochranu údajov a stanovenie toho, či na účely nariadenia 2016/679 spracúvanie „pravdepodobne povedie k vysokému riziku“, WP 248 rev.01, naposledy revidované a prijaté 4. októbra 2017, schválené EDPB 25. mája 2018, s. 10.

<sup>24</sup> Podľa článku 33 ods. 1 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2022/2065 z 19. októbra 2022 o jednotnom trhu s digitálnymi službami a o zmene smernice 2000/31/ES (akt o digitálnych službách) sú veľmi veľké online platformy „online platformy, ktoré svoje služby poskytujú priemernému mesačnému počtu aktívnych príjemcov služby v Únii, ktorý sa rovná 45 miliónom alebo je vyšší“ a ktoré Európska komisia označila ako veľmi veľké online platformy podľa článku 33 ods. 4 aktu o digitálnych službách. Podľa článku 3 písm. i) aktu o digitálnych službách je online platforma hostingová služba, ktorá na žiadosť príjemcu služby uchováva a verejne šíri informácie.

<sup>25</sup> Podľa článku 3 ods. 1 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2022/1925 zo 14. septembra 2022 o súťažeschopných a spravodlivých trhoch digitálneho sektora a o zmene smerníc (EÚ) 2019/1937 a (EÚ) 2020/1828 (akt o digitálnych trhoch) (ďalej len „akt o digitálnych trhoch“) sú strážcami prístupu spoločnosti, ktoré spĺňajú tieto tri kumulatívne požiadavky: i) majú významný vplyv na vnútorný trh; ii) poskytujú základnú

## 2.2 Rozsah stanoviska

29. Výbor súhlasí so žiadajúcimi dozornými orgánmi, že z hľadiska ochrany údajov modely „súhlas alebo platba“ vyvolávajú zásadné otázky, najmä pokiaľ ide o výklad a uplatňovanie pojmu súhlas, ktorý sa uvádza v článku 8 Charty základných práv Európskej únie a v článkoch 4, 5, 6 a 7 všeobecného nariadenia o ochrane údajov.
30. Hoci je potrebné pripomenúť, že pojem súhlas vo všeobecnom nariadení o ochrane údajov sa vzťahuje na každého prevádzkovateľa, ktorý sa chce opierať o tento právny základ, toto stanovisko sa zameriava na konkrétne otázky, ktoré vznikajú v súvislosti s platnosťou súhlasu, o ktorý žiadajú veľké online platformy využívajúce modely „súhlas alebo platba“, ako sa uvádza v žiadosti. Tieto platformy môžu mať jedinečné postavenie, pokiaľ ide o niektoré kritériá platného súhlasu, napríklad pokiaľ ide o existenciu nepomeru moci. Použitie pojmu „prevádzkovateľ(-ia)“ v tomto stanovisku by sa malo chápať tak, že zahŕňa veľké online platformy, ako sú vymedzené v oddiele 2.1.3.
31. Vzhľadom na uvedené skutočnosti sa toto stanovisko týka posúdenia platnosti súhlasu a obmedzuje sa naň, ak sa používa ako právny základ na spracúvanie osobných údajov na účely behaviorálnej reklamy v kontexte modelov „súhlas alebo platba“, ktoré používajú veľké online platformy. Faktory zdôraznené v tomto stanovisku sa zvyčajne vzťahujú na veľké online platformy, ale nie výlučne. Niektoré z úvah uvedených v tomto stanovisku sa môžu ukázať ako všeobecne užitočné pri uplatňovaní pojmu súhlas v kontexte modelov „súhlas alebo platba“.
32. EDPB pripomína, že v súlade s článkom 51 ods. 1 všeobecného nariadenia o ochrane údajov sú dozorné orgány „zodpovedné za monitorovanie uplatňovania [všeobecného nariadenia o ochrane údajov] s cieľom chrániť základné práva a slobody fyzických osôb pri spracúvaní a uľahčiť voľný tok osobných údajov v rámci Únie“<sup>26</sup>. Okrem toho, podľa článku 51 ods. 2 všeobecného nariadenia o ochrane údajov „každý dozorný orgán prispieva ku konzistentnému uplatňovaniu [všeobecného nariadenia o ochrane údajov] v celej Únii“. Posudzovanie platnosti súhlasu používaného ako právny základ na spracúvanie osobných údajov vrátane prípadov, keď sa takýto súhlas získava v kontexte modelov „súhlas alebo platba“, v ktorých sa osobné údaje spracúvajú na účely behaviorálnej reklamy, preto patrí do právomoci dozorných orgánov.
33. Toto stanovisko poskytuje v súlade s uvedenými skutočnosťami rámec pre prevádzkovateľov a dozorné orgány na posúdenie platnosti súhlasu v modeloch „súhlas alebo platba“, pričom sa postupne zaoberá každou z požiadaviek, ktoré tvoria súhlas podľa všeobecného nariadenia o ochrane údajov. Treba poznamenať, že je naďalej potrebné posudzovať kritériá podľa jednotlivých prípadov.

---

platformovú službu, ktorá je dôležitou bránou prístupu komerčných používateľov ku koncovým používateľom; iii) majú vo svojej činnosti pevne zakotvené a trvalé postavenie alebo je možné predpokladať, že takéto postavenie dosiahnu v blízkej budúcnosti. Podľa článku 2 ods. 2 základné služby platformy zahŕňajú: a) online sprostredkovateľské služby; b) internetové vyhľadávače; c) online služby sociálnej siete; d) služby platformy na zdieľanie videí; e) interpersonálne komunikačné služby nezávislé od číslovania; f) operačné systémy; g) webové prehliadače; h) virtuálnych asistentov; i) služby cloud computingu; j) online reklamné služby vrátane akýchkoľvek reklamných sietí, reklamných búrz a akýchkoľvek iných služieb sprostredkovania reklamy, ktoré poskytuje podnik poskytujúci ktorúkoľvek zo základných platformových služieb uvedených v písmenách a) až i).

<sup>26</sup> Pozri aj článok 57 ods. 1 všeobecného nariadenia o ochrane údajov, v ktorom sú uvedené úlohy dozorných orgánov.

## 3 PRÁVNÝ RÁMEC

### 3.1 Príslušné ustanovenia všeobecného nariadenia o ochrane údajov

34. EDPB sa na účely tohto stanoviska domnieva, že medzi hlavné relevantné ustanovenia všeobecného nariadenia o ochrane údajov patria články 4, 5, 6 a 7, ako aj odôvodnenia 32, 42 a 43.
35. V článku 4 ods. 11 všeobecného nariadenia o ochrane údajov sa súhlas vymedzuje ako „akýkoľvek slobodne daný, konkrétny, informovaný a jednoznačný prejav vôle dotknutej osoby, ktorým formou vyhlásenia alebo jednoznačného potvrdzujúceho úkonu vyjadruje súhlas so spracúvaním osobných údajov, ktoré sa jej týka“. Poskytnutie súhlasu dotknutou osobou je jedným zo zákonných dôvodov spracúvania osobných údajov uvedených v článku 6 ods. 1 písm. a) všeobecného nariadenia o ochrane údajov<sup>27</sup>.
36. Okrem toho je dôležité pripomenúť aj požiadavky, aby prevádzkovatelia spracúvali osobné údaje v súlade so všetkými platnými ustanoveniami všeobecného nariadenia o ochrane údajov, a najmä so zásadami ochrany údajov stanovenými v článku 5 všeobecného nariadenia o ochrane údajov<sup>28</sup> a so zásadou špecificky navrhutej a štandardnej ochrany údajov v článku 25 všeobecného nariadenia o ochrane údajov<sup>29</sup>.
37. V článku 7 a odôvodneniach 32, 42 a 43 všeobecného nariadenia o ochrane údajov sa uvádzajú ďalšie požiadavky a usmernenia týkajúce sa toho, ako musia prevádzkovatelia dodržiavať hlavné prvky požiadaviek týkajúcich sa súhlasu.
38. Predovšetkým v článku 7 všeobecného nariadenia o ochrane údajov sa stanovujú podmienky platnosti súhlasu, a v prvom rade stanovuje, že „ak je spracúvanie založené na súhlase, prevádzkovateľ musí vedieť preukázať, že dotknutá osoba vyjadrila súhlas so spracúvaním svojich osobných údajov“. Súvisí to aj so zásadou zodpovednosti stanovenou v článku 5 ods. 2 GDPR.
39. V článku 7 ods. 2 všeobecného nariadenia o ochrane údajov sa uvádza, že „ak dá dotknutá osoba súhlas v rámci písomného vyhlásenia, ktoré sa týka aj iných skutočností, žiadosť o vyjadrenie súhlasu musí byť predložená tak, aby bola jasne odlišiteľná od týchto iných skutočností, v zrozumiteľnej a ľahko dostupnej forme a formulovaná jasne a jednoducho“, a že „akákoľvek časť takéhoto vyhlásenia, ktorá predstavuje porušenie [všeobecného nariadenia o ochrane údajov], nie je záväzná“.
40. V článku 7 ods. 3 sa zdôrazňuje právo dotknutej osoby kedykoľvek odvolať svoj súhlas. V tejto súvislosti „odvolanie súhlasu nemá vplyv na zákonnosť spracúvania vychádzajúceho zo súhlasu pred jeho odvolaním“. Dotknutá osoba je o tom informovaná pred poskytnutím súhlasu. Vo všeobecnom nariadení o ochrane údajov sa ďalej stanovuje, že „odvolanie súhlasu musí byť také jednoduché ako jeho poskytnutie“.

---

<sup>27</sup> Konkrétne sa v článku 6 ods. 1 písm. a) všeobecného nariadenia o ochrane údajov uvádza, že „spracúvanie je zákonné iba vtedy a v takom rozsahu, keď je splnená aspoň jedna z týchto podmienok: a) dotknutá osoba vyjadrila súhlas so spracúvaním svojich osobných údajov na jeden alebo viaceré konkrétne účely“.

<sup>28</sup> Pozri aj usmernenia EDPB k zacieleniu, bod 58. EDPB pripomína, že „získaním súhlasu navyše nezaničí ani sa žiadnym spôsobom neobmedzuje povinnosť prevádzkovateľa dodržiavať zásady spracúvania údajov uvedené vo všeobecnom nariadení o ochrane údajov, osobitne v článku 5, týkajúce sa spravodlivosti, nevyhnutnosti a primeranosti, ako aj kvality údajov. Aj keď je spracovanie osobných údajov založené na súhlase dotknutej osoby, týmto súhlasom sa neopravňuje zacielenie, ktoré je neprimerané alebo nespravodlivé.“ Pozri aj usmernenia EDPB k súhlasu, bod 5.

<sup>29</sup> Pozri usmernenia EDPB 4/2019 týkajúce sa článku 25 Špecificky navrhnutá a štandardná ochrana údajov, verzia 2.0, prijaté 20. októbra 2020 (ďalej len „usmernenia k špecificky navrhutej a štandardnej ochrane údajov“).

41. V článku 7 ods. 4 všeobecného nariadenia o ochrane údajov sa uvádza, že „pri posudzovaní, či bol súhlas poskytnutý slobodne, sa v čo najväčšej miere okrem iného zohľadní skutočnosť, či sa plnenie zmluvy vrátane poskytnutia služby podmieňuje súhlasom so spracúvaním osobných údajov, ktorý nie je na plnenie tejto zmluvy nevyhnutný“.

### 3.2 Ďalšie právne nástroje

42. EDPB si je vedomý, že niektoré aspekty modelov „súhlas alebo platba“ môžu patriť aj do rozsahu pôsobnosti iných právnych nástrojov EÚ, ktoré sú síce mimo rozsahu pôsobnosti tohto stanoviska, ale je užitočné ich pripomenúť.
43. EDPB pripomína, že pojem „súhlas“ podľa všeobecného nariadenia o ochrane údajov je relevantný aj na účely uplatňovania smernice o súkromí a elektronických komunikáciách<sup>30</sup> a vykonávacích vnútroštátnych právnych predpisov<sup>31</sup>. V článku 2 písm. f) smernice o súkromí a elektronických komunikáciách sa ďalej stanovuje, že súhlas používateľa alebo účastníka zodpovedá súhlasu dotknutej osoby vo všeobecnom nariadení o ochrane údajov. Hoci sa toto stanovisko zameriava na výklad súhlasu ako právneho základu spracúvania osobných údajov podľa článku 6 ods. 1 písm. a) všeobecného nariadenia o ochrane údajov, jeho úvahy o pojme súhlas sú preto relevantné aj pre smernicu o súkromí a elektronických komunikáciách ako *lex specialis*<sup>32</sup>.
44. EDPB konštatuje, že niektoré aspekty problému vzneseného v žiadosti sa týkajú aj spotrebiteľského práva a práva hospodárskej súťaže a môžu sa riešiť aj v rámci právnych nástrojov, ako je okrem iného smernica 2005/29/ES o nekalých obchodných praktikách<sup>33</sup>. Aj keď sa toto stanovisko netýka týchto iných oblastí práva alebo právnych nástrojov, môže sa odvolávať na ich pojmy alebo pravidlá s cieľom vytvoriť relevantné kritériá analýzy a podporiť jednotné uplatňovanie právnych predpisov EÚ.
45. EDPB si je vedomý, že relevantná môže byť aj smernica (EÚ) 2019/770 o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv o dodávaní digitálneho obsahu a digitálnych služieb (ďalej len „smernica o digitálnom obsahu“)<sup>34</sup>.
46. EDPB ďalej poznamenáva, že v niektorých ustanoveniach aktu o digitálnych trhoch<sup>35</sup>, napríklad v článku 5 ods. 2, sa stanovujú osobitné pravidlá pre takzvaných „strážcov prístupu“, ktorí spracúvajú

<sup>30</sup> Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2002/58/ES z 12. júla 2002 týkajúca sa spracúvania osobných údajov a ochrany súkromia v sektore elektronických komunikácií (smernica o súkromí a elektronických komunikáciách) zmenená smernicou 2006/24/ES a smernicou 2009/136/ES.

<sup>31</sup> Pozri odôvodnenie 173 všeobecného nariadenia o ochrane údajov, v ktorom sa objasňuje vzťah *lex specialis* a *lex generalis* medzi smernicou 2002/58/ES a všeobecným nariadením o ochrane údajov.

<sup>32</sup> Napríklad článok 5 ods. 3 smernice o súkromí a elektronických komunikáciách, v ktorom sa vyžaduje súhlas na prístup k informáciám alebo ich ukladanie v koncových zariadeniach, pokiaľ sa neuplatňuje výnimka. Pozri stanovisko EDPB 5/2019 týkajúce sa vzájomného pôsobenia medzi smernicou o súkromí a elektronických komunikáciách a všeobecným nariadením o ochrane údajov, najmä pokiaľ ide o príslušnosť, úlohy a právomoci orgánov pre ochranu osobných údajov, prijaté 12. marca 2019, bod 40.

<sup>33</sup> Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu, ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 84/450/EHS, smernice Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) 2006/2004 (ďalej len „smernica o nekalých obchodných praktikách“). Medzi ďalšie právne nástroje relevantné z hľadiska spotrebiteľského práva patrí napríklad smernica Európskeho parlamentu a Rady 2011/83/EÚ z 25. októbra 2011 o právach spotrebiteľov a smernica Rady 93/13/EHS z 5. apríla 1993 o nekalých podmienkach v spotrebiteľských zmluvách.

<sup>34</sup> Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/770 z 20. mája 2019 o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv o dodávaní digitálneho obsahu a digitálnych služieb (ďalej len „smernica o digitálnom obsahu“).

<sup>35</sup> Nariadenie (EÚ) 2022/1925 (akt o digitálnych trhoch).



osobné údaje<sup>36</sup>, a že článok 5 ods. 2 aktu o digitálnych trhoch odkazuje na pojem súhlas podľa všeobecného nariadenia o ochrane údajov.

47. EDPB okrem toho poznamenáva, že v akte o digitálnych službách sa stanovujú osobitné povinnosti pre poskytovateľov online platforiem, ako aj pre poskytovateľov veľmi veľkých online platforiem<sup>37</sup>. V tomto stanovisku sa odkazuje na príslušné ustanovenia aktu o digitálnych trhoch a aktu o digitálnych službách, pokiaľ je to potrebné na podporu jednotného uplatňovania právnych predpisov EÚ<sup>38</sup>.
48. Vzhľadom na to, že právo hospodárskej súťaže a právo na ochranu spotrebiteľa sú relevantné v súvislosti s určitými aspektmi modelov „súhlas alebo platba“, EDPB požiadal vnútroštátne regulačné orgány a regulačné orgány EÚ v týchto oblastiach práva o informácie k téme modelov „súhlas alebo platba“.

### 3.3 Zhrnutie rozsudku vo veci *Bundeskartellamt*

49. Súdny dvor EÚ sa vo svojom rozsudku zo 4. júla 2023, ktorý bol vydaný na základe návrhu na začatie prejudiciálneho konania, zaoberal viacerými otázkami. Prvá z otázok položených Súdnemu dvoru sa týkala toho, či môže orgán na ochranu hospodárskej súťaže pri vyšetrowaní možného zneužitia dominantného postavenia podľa práva hospodárskej súťaže preskúmať, či sa dotknutý podnik dopustil správania, ktoré nie je v súlade so všeobecným nariadením o ochrane údajov<sup>39</sup>. Súdny dvor vo svojej odpovedi zdôraznil povinnosť lojálnej spolupráce medzi orgánmi ochrany hospodárskej súťaže a dozornými orgánmi na ochranu údajov<sup>40</sup>. Ďalšie otázky týkajúce sa výkladu článku 9 všeobecného nariadenia o ochrane údajov<sup>41</sup> a článku 6 ods. 1 všeobecného nariadenia o ochrane údajov [písm. b), d), e), f)]<sup>42</sup>.
50. Napokon, ako pripomenuli žiadajúce dozorné orgány, sa rozsudok vo veci *Bundeskartellamt* týkal otázky, či „súhlas, ktorý dal používateľ online sociálnej siete operátorovi takejto siete, možno považovať za súhlas, ktorý spĺňa podmienky platnosti stanovené v článku 4 bode 11 [všeobecného nariadenia o ochrane údajov], najmä podmienku, podľa ktorej sa tento súhlas musí poskytnúť slobodne, ak má tento prevádzkovateľ dominantné postavenie na trhu s online sociálnymi sieťami“<sup>43</sup>.
51. Súdny dvor EÚ predovšetkým pripomenul vymedzenie pojmu súhlas v článku 4 ods. 11 všeobecného nariadenia o ochrane údajov, ako aj v článku 7 ods. 4 a v odôvodneniach 42 a 43 všeobecného

---

<sup>36</sup> V tejto súvislosti sú dôležité aj odôvodnenia 36 a 37 aktu o digitálnych trhoch.

<sup>37</sup> Konkrétne v článku 33 ods. 1 aktu o digitálnych službách sa stanovuje, že „tento oddiel [5 aktu o digitálnych službách] sa vzťahuje na online platformy ..., ktoré majú priemerný mesačný počet aktívnych príjemcov služby v Únii, ktorý sa rovná 45 miliónom alebo je vyšší, a ktoré sú určené ako veľmi veľké online platformy ... v súlade s odsekom 4“.

<sup>38</sup> V ustálenej judikatúre Súdného dvora EÚ sa stanovuje, že ak dva právne akty EÚ rovnakej hierarchickej hodnoty nestanovujú prednosť jedného pred druhým, mali by sa uplatňovať zlučiteľným spôsobom, ktorý umožňuje ich jednotné uplatňovanie. Pozri napríklad rozsudok Všeobecného súdu z 3. mája 2018, Malta/Komisia, T-653/16, ECLI:EU:T:2018:241, bod 137.

<sup>39</sup> Rozsudok Súdného dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*, body 36 – 63.

<sup>40</sup> Rozsudok Súdného dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*, bod 53.

<sup>41</sup> Otázkou týkajúcou sa výkladu článku 9 ods. 1 všeobecného nariadenia o ochrane údajov sa Súdny dvor zaoberal v bodoch 64 – 85 rozsudku Súdného dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*.

<sup>42</sup> Konkrétne ide o body 86 – 139 rozsudku Súdného dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*. Body 86 a 97 – 126 rozsudku Súdného dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt* sa týkajú článku 6 ods. 1 písm. b) a článku 6 ods. 1 písm. f) všeobecného nariadenia o ochrane údajov. Body 127 – 139 rozsudku Súdného dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt* sa týkajú článku 6 ods. 1 písm. d) a článku 6 ods. 1 písm. e) všeobecného nariadenia o ochrane údajov.

<sup>43</sup> Žiadosť, oddiel II („Súvislosti a odôvodnenie tejto žiadosti“), B. Vzťah medzi súhlasom a „modelmi súhlasu alebo platby“, s. 3, s odkazom na bod 140 rozsudku súdného dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*.

nariadenia o ochrane údajov<sup>44</sup>. Ako sa uvádza v žiadosti, Súdny dvor EÚ uviedol, že existencia dominantného postavenia poskytovateľa online sociálnych sietí „sama osebe nebráni tomu, aby používatelia takejto siete mohli platne udeliť súhlas so spracúvaním svojich osobných údajov týmto prevádzkovateľom v zmysle článku 4 bodu 11 [všeobecného nariadenia o ochrane údajov]“<sup>45</sup>.

52. Súdny dvor EÚ však objasnil, že dominantné postavenie predstavuje „dôležitý prvok na určenie, či bol súhlas skutočne udelený platne, a najmä slobodne, čo musí preukázať uvedený prevádzkovateľ“<sup>46</sup>. Je to preto, že táto okolnosť „môže ovplyvniť slobodu voľby tohto používateľa, ktorý by nemohol odmietnuť alebo odvolať súhlas bez nepriaznivých následkov“,<sup>47</sup> a „môže spôsobiť zjavnú nerovnováhu medzi dotknutou osobou a prevádzkovateľom“<sup>48</sup>.
53. Okrem toho, hoci to nebolo pre rozhodnutie Súdneho dvora rozhodujúce, Súdny dvor EÚ uviedol, že ak sa zdá, že určité spracovateľské operácie nie sú nevyhnutné na plnenie zmluvy<sup>49</sup>, „používatelia tak musia mať v rámci zmluvného procesu možnosť individuálne odmietnuť udeliť [im] svoj súhlas bez toho, aby boli povinní sa v plnom rozsahu vzdať využívania služby ponúkanej prevádzkovateľom online sociálnej siete, čo znamená, že uvedenému používateľovi sa ponúkne, prípadne za primeranú odmenu, rovnocenná alternatíva, s ktorou nie sú spojené takéto operácie spracúvania údajov.“<sup>50</sup>
54. Súdny dvor EÚ ďalej zdôraznil, že súhlas „sa nepovažuje za poskytnutý slobodne, ak nie je možné dať samostatný súhlas na jednotlivé spracovateľské operácie osobných údajov napriek tomu, že by to bolo v konkrétnom prípade vhodné“, s odkazom na odôvodnenie 43 všeobecného nariadenia o ochrane údajov. Ďalej identifikoval „rozsah spracúvania údajov“ a „jeho významný vplyv na používateľov tejto siete“, ako aj primerané očakávania používateľov v tomto prípade za mimoriadne dôležité faktory. Po tomto kroku Súdny dvor EÚ vrátil prípad vnútroštátnemu súdu s tým, že by mal overiť, či používatelia mali možnosť udeliť samostatný súhlas so spracúvaním údajov týkajúcich sa ich správania v rámci sociálnej siete a údajov zhromaždených „mimo platformy“<sup>51</sup>.

### 3.4 Existujúce usmernenia EDPB

55. Pre toto stanovisko sú relevantné rôzne usmernenia prijaté EDPB<sup>52</sup>. V tejto súvislosti sú obzvlášť dôležité usmernenia EDPB 5/2020 k súhlasu<sup>53</sup>. Zaoberajú sa podmienkami slobodne poskytnutého súhlasu od dotknutých osôb spolu s ďalšími prvkami platného súhlasu. V usmerneniach 5/2020 sa však plne nerieši otázka, ktorú EDPB predložili žiadajúce dozorné orgány, keďže sa v nich nevysvetľuje, ako by sa všeobecné usmernenie EDPB k súhlasu malo uplatňovať v kontexte modelov „súhlas alebo platba“, uplatňované veľkými online platformami, ktoré priťahujú veľké množstvo používateľov v EHP

---

<sup>44</sup> Rozsudok Súdneho dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*, body 142 – 145.

<sup>45</sup> Pozri rozsudok Súdneho dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*, bod 154.

<sup>46</sup> Pozri rozsudok Súdneho dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*, bod 154.

<sup>47</sup> Rozsudok Súdneho dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*, bod 148, s odkazom na odôvodnenie 42 všeobecného nariadenia o ochrane údajov.

<sup>48</sup> Rozsudok Súdneho dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*, bod 149, s odkazom na odôvodnenie 43 a článok 7 ods. 4 všeobecného nariadenia o ochrane údajov.

<sup>49</sup> V tejto súvislosti Súdny dvor v bode 149 odkazuje aj na body 102 až 104 vyššie.

<sup>50</sup> Žiadosť, oddiel II („Súvislosti a odôvodnenie tejto žiadosti“), B. Vzťah medzi súhlasom a modelmi „súhlas alebo platba“, s. 3, s odkazom na rozsudok Súdneho dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*, bod 140.

<sup>51</sup> Rozsudok Súdneho dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*, bod 151.

<sup>52</sup> Patria sem usmernenia EDPB k súhlasu, ako aj usmernenia EDPB k zacielovaniu.

<sup>53</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu.



a spracúvajú ich osobné údaje na účely behaviorálnej reklamy na základe súhlasu<sup>54</sup>. Preto je vhodné, aby EDPB odpovedal na otázku uvedenú v žiadosti vydaním stanoviska EDPB podľa článku 64 ods. 2 všeobecného nariadenia o ochrane údajov.

56. Keďže cieľom tohto stanoviska je poskytnúť rámec, na základe ktorého možno posúdiť modely „súhlas alebo platba“ uplatňované veľkými online platformami, budeme sa postupne zaoberať každou z kumulatívnych požiadaviek, ktoré tvoria súhlas podľa všeobecného nariadenia o ochrane údajov.

## 4 POSÚDENIE EDPB

### 4.1 Zásady a všeobecné pripomienky

57. V článku 5 všeobecného nariadenia o ochrane údajov sú stanovené zásady spracúvania osobných údajov. EDPB už v tejto súvislosti objasnil, že získanie súhlasu nezavahuje prevádzkovateľa povinnosti dodržiavať všetky zásady uvedené v článku 5 všeobecného nariadenia o ochrane údajov<sup>55</sup> (ako aj ďalšie povinnosti stanovené vo všeobecnom nariadení o ochrane údajov). **Aj keď je spracúvanie založené na súhlase, neospravedlňuje to získavanie osobných údajov nad rámec toho, čo je potrebné na stanovený účel, alebo spôsobom, ktorý je voči dotknutým osobám nespravodlivý**<sup>56</sup>.
58. Pri spracúvaní by sa mali dodržiavať zásady **nevyhnutnosti a primeranosti**<sup>57</sup>. Zásadný význam má dodržiavanie zásad **obmedzenia účelu a minimalizácie údajov**<sup>58</sup>. Podľa zásady obmedzenia účelu sa osobné údaje musia zhromažďovať na konkrétne, výslovne uvedené a legitímne účely<sup>59</sup>. Prevádzkovatelia sú povinní jasne vymedziť účely spracúvania, a to aj v súvislosti so spracúvaním na účely behaviorálnej reklamy<sup>60</sup>. Okrem toho musia prevádzkovatelia zabezpečiť dodržiavanie zásady minimalizácie údajov<sup>61</sup>, podľa ktorej osobné údaje musia byť primerané, relevantné a obmedzené na rozsah, ktorý je nevyhnutný vzhľadom na účely, na ktoré sa spracúvajú, a ktorá formuluje uvedenú zásadu primeranosti<sup>62</sup>. V tejto súvislosti by prevádzkovatelia mali v prvom rade určiť, či vôbec potrebujú spracúvať osobné údaje na príslušné účely, a **overiť, či príslušné účely možno dosiahnuť**

---

<sup>54</sup> EDPB vo svojich usmerneniach k súhlasu objasnil svoj postoj k takzvaným „bariérám v podobe súborov cookie“, keď si dotknuté osoby môžu vybrať medzi súhlasom s ukladaním informácií v ich koncovom zariadení a neprístupnosťou služby. Toto je príklad situácie, keď súhlas poskytnutý dotknutými osobami nemožno považovať za „slobodne poskytnutý“.

<sup>55</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 5 („Získaním súhlasu navyše nezaničí ani sa žiadnym spôsobom neobmedzuje povinnosť prevádzkovateľa dodržiavať zásady spracúvania údajov uvedené vo všeobecnom nariadení o ochrane údajov“).

<sup>56</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 5 („Aj keď je spracúvanie osobných údajov založené na súhlase dotknutej osoby, neoprávňuje to na získavanie údajov, ktoré nie sú potrebné na uvedený účel spracúvania údajov, a takéto získavanie údajov by bolo v zásade nespravodlivé“).

<sup>57</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, odsek 5 („Získaním súhlasu navyše nezaničí ani sa žiadnym spôsobom neobmedzuje povinnosť prevádzkovateľa dodržiavať zásady spracúvania údajov uvedené vo všeobecnom nariadení o ochrane údajov, osobitne v článku 5 všeobecného nariadenia o ochrane údajov, týkajúce sa spravodlivosti, nevyhnutnosti a primeranosti, ako aj kvality údajov“).

<sup>58</sup> Článok 5 ods. 1 písm. b) a článok 5 ods. 1 písm. c) všeobecného nariadenia o ochrane údajov.

<sup>59</sup> Usmernenia EDPB k špecificky navrhutej a štandardnej ochrane údajov, oddiel 3.4.

<sup>60</sup> Usmernenia EDPB k špecificky navrhutej a štandardnej ochrane údajov, bod 72 (s odkazom na prvky „predbežného určenia“ a „špecifickosti“ účelov ako súčasť zásady obmedzenia účelu).

<sup>61</sup> Usmernenia EDPB k špecificky navrhutej a štandardnej ochrane údajov, oddiely 3.4 a 3.5.

<sup>62</sup> Súdny dvor EÚ, rozsudok Súdneho dvora vo veci C-439/19 (*Latvijas Republikas Saeima*), bod 98.

**menej rušivými prostriedkami alebo spracúvaním menšieho množstva osobných údajov**, prípadne menej podrobnými alebo súhrnnými osobnými údajmi<sup>63</sup>. V tejto súvislosti je relevantný oddiel 4.2.1.1.

59. EDPB poznamenáva, že behaviorálna reklama môže zahŕňať zhromažďovanie a zhrnutie čo najväčšieho množstva osobných údajov o jednotlivcoch a ich aktivitách, potenciálne monitorovanie celého ich života, a to v režime online aj offline<sup>64</sup>. EDPB sa domnieva, že pri posudzovaní súladu so zásadou minimalizácie údajov je potrebné zohľadniť rozsah a rušivosť spracúvania. Nadmerné sledovanie, ktoré zahŕňa kombináciu rôznych zdrojov údajov na rôznych webových sídlach, je preto ťažšie zlučiteľné so zásadou minimalizácie údajov, ako napríklad systém personalizovanej reklamy, v ktorom si používatelia sami aktívne a vedome určujú svoje preferencie.
60. Pri spracúvaní by sa mala vždy dodržiavať zásada **spravodlivosti**<sup>65</sup>. Medzi kľúčové prvky zásady spravodlivosti patrí okrem iného potreba, aby spracúvanie zodpovedalo primeraným očakávaniam dotknutých osôb, potreba, aby prevádzkovateľ nespravodlivo nediskriminoval dotknuté osoby ani nezneužíval ich potreby alebo slabé stránky, potreba vyhnúť sa nepomeru moci alebo ju zohľadniť a potreba vyhnúť sa akémukoľvek klamlivému alebo manipulatívne jazyku alebo vzorcu<sup>66</sup>. EDPB v tejto súvislosti pripomína potrebu vyhnúť sa klamlivým dizajnovým vzorcom<sup>67</sup>. Okrem toho by mal prevádzkovateľ zohľadniť širší vplyv spracúvania na práva a dôstojnosť fyzických osôb a poskytnúť dotknutým osobám čo najvyššiu mieru autonómie<sup>68</sup>. Toto musia mať prevádzkovatelia na pamäti najmä vtedy, keď je spracúvanie, ktoré vykonávajú, obzvlášť rušivé. EDPB ďalej poznamenáva, že spravodlivosť môže slúžiť ako ľahko pochopiteľná norma alebo referenčný bod pre prevádzkovateľov pri hodnotení modelu „súhlas alebo platba“. V tejto súvislosti je dôležité, aby prevádzkovatelia boli schopní preukázať, prečo sa domnievajú, že určité voľby sú v súlade so zásadou spravodlivosti opísanou v predchádzajúcom odseku. Je to obzvlášť dôležité, ak prevádzkovateľ zužuje rozsah možností voľby dotknutej osoby (napr. neposkytnutím bezplatnej alternatívy bez behaviorálnej reklamy, ako je opísané ďalej v oddiele 4.2.1.1), alebo ak môže vzniknúť riziko neprimeraného ovplyvnenia voľby dotknutej osoby (napr. účtovaním poplatku, ktorý je taký vysoký, že účinne bráni dotknutým osobám v slobodnej voľbe).
61. Od prevádzkovateľov sa očakáva, že budú dodržiavať aj zásadu **transparentnosti**. Pri uplatňovaní tejto zásady by mali prevádzkovatelia umožniť dotknutým osobám ľahko pochopiť, ako ich voľba ovplyvní spracúvanie ich osobných údajov<sup>69</sup>. Pokiaľ ide o súhlas, ten je bližšie opísaný nižšie v oddiele 4.2.2.
62. V súlade s článkom 25 ods. 1 všeobecného nariadenia o ochrane údajov prevádzkovateľ dodržiava zásadu **špecificky navrhutej ochrany údajov**. To znamená, že sa zavedú vhodné technické a organizačné opatrenia, ktoré sú určené na vykonávanie zásad ochrany údajov a na začlenenie potrebných záruk do spracúvania s cieľom splniť požiadavky a chrániť práva a slobody dotknutých osôb<sup>70</sup>.

---

<sup>63</sup> Usmernenia EDPB k špecificky navrhutej a štandardnej ochrane údajov, body 51 a 74.

<sup>64</sup> Pozri predchádzajúci oddiel 2.1.2.

<sup>65</sup> Článok 5 ods. 1 všeobecného nariadenia o ochrane údajov.

<sup>66</sup> Usmernenia EDPB k špecificky navrhutej a štandardnej ochrane údajov, bod 70.

<sup>67</sup> Usmernenia EDPB 3/2022 týkajúce sa klamlivým dizajnovým vzorcov v rozhraniach platforiem sociálnych médií: ako ich rozpoznať a vyhnúť sa im, verzia 2.0, prijatá 14. februára 2023 (ďalej len „usmernenia EDPB ku klamlivým dizajnovým vzorcom“).

<sup>68</sup> Usmernenia EDPB k špecificky navrhutej a štandardnej ochrane údajov, bod 70.

<sup>69</sup> Odôvodnenie 39 všeobecného nariadenia o ochrane údajov; usmernenia pracovnej skupiny zriadenej podľa článku 29 k transparentnosti, bod 4; usmernenia EDPB k špecificky navrhutej a štandardnej ochrane údajov, bod 66.

<sup>70</sup> Usmernenia EDPB k špecificky navrhutej a štandardnej ochrane údajov, bod 7.

63. Okrem toho prevádzkovateľ v súlade s článkom 25 ods. 2 všeobecného nariadenia o ochrane údajov dodržiava zásadu **štandardnej ochrany údajov**. To znamená, že by mal vybrať štandardné nastavenia a možnosti spracúvania a byť zodpovedný za ich zavedenie tak, aby sa štandardne vykonávalo len spracúvanie, ktoré je nevyhnutne potrebné na dosiahnutie stanoveného zákonného účelu. To znamená, že prevádzkovateľ štandardne nezískava viac údajov, než je potrebné, nespracúva získané údaje viac, ako je potrebné na jeho účely, ani neuchováva údaje dlhšie, ako je potrebné<sup>71</sup>.
64. Na deti sa vzťahuje osobitná ochrana, najmä v súvislosti s profilovaním a marketingovými účelmi<sup>72</sup>. Najmä **deti** by nemali byť predmetom behaviorálnej reklamy<sup>73</sup>, a teda by nemali byť konfrontované s modelmi „súhlas alebo platba“, v ktorých sa požaduje súhlas s takýmto spracovaním.
65. Osobitný význam má v tejto súvislosti zásada **zodpovednosti** podľa článku 5 ods. 2 všeobecného nariadenia o ochrane údajov, v ktorom sa uvádza, že prevádzkovateľ je zodpovedný za dodržiavanie ostatných zásad článku 5 všeobecného nariadenia o ochrane údajov a musí byť schopný ich dodržiavanie preukázať<sup>74</sup>. V súvislosti so súhlasom sa v článku 7 ods. 1 výslovne uvádza, že prevádzkovateľ musí byť schopný preukázať, že dotknuté osoby vyjadrili súhlas so spracovaním, ak sa spolieha na súhlas ako na právny základ. Ako zdôraznil Súdny dvor EÚ v rozsudku vo veci *Bundeskartellamt*<sup>75</sup>, prevádzkovateľ musí byť schopný preukázať, že súhlas dotknutej osoby bol poskytnutý slobodne vzhľadom na okolnosti situácie spracúvania a že boli splnené všetky ostatné podmienky platného súhlasu.

## 4.2 Požiadavky na platný súhlas

66. S cieľom odpovedať na otázku, za akých okolností a podmienok môžu veľké online platformy uplatňovať modely „súhlas alebo platba“ týkajúce sa behaviorálnej reklamy spôsobom, ktorý predstavuje platný a najmä slobodne poskytnutý súhlas, sa toto stanovisko postupne zaoberá každou z kumulatívnych požiadaviek, ktoré tvoria súhlas podľa všeobecného nariadenia o ochrane údajov.

### 4.2.1 Slobodne poskytnutý súhlas

67. Kritérium „slobodne poskytnutého súhlasu“ je ústredným kritériom pre chápanie súhlasu ako právneho základu pre spracúvanie osobných údajov. Osobitný charakter súhlasu ako právneho dôvodu spracúvania spočíva v tom, že je to rozhodnutie dotknutej osoby („jednoznačný prejav vôle dotknutej osoby“) a najmä jej slobodná voľba prijať toto rozhodnutie, čo určuje zákonnosť spracúvania
68. Prevádzkovatelia musia zabezpečiť, aby dotknuté osoby mali skutočnú slobodu voľby, keď sú požiadané o súhlas so spracúvaním svojich osobných údajov, a nesmú obmedzovať autonómiu dotknutých osôb tým, že im radšej sťažia možnosť odmietnutia, ako súhlasu<sup>76</sup>. To podporuje aj jeden z hlavných účelov všeobecného nariadenia o ochrane údajov, ktorým je poskytnúť dotknutým osobám kontrolu nad svojimi osobnými údajmi<sup>77</sup>. Aby bol súhlas udelený slobodne, dotknuté osoby musia byť

<sup>71</sup> Usmernenia EDPB k špecificky navrhutej a štandardnej ochrane údajov, bod 42.

<sup>72</sup> Odôvodnenie 38 všeobecného nariadenia o ochrane údajov.

<sup>73</sup> Pozri aj článok 28 ods. 2 aktu o digitálnych službách.

<sup>74</sup> V tejto súvislosti pozri rozsudok Súdneho dvora EÚ vo veci C-175/20, *SIA 'SS'/Valsts ieņēmumu dienests*, ECLI:EU:C:2022:124, bod 77.

<sup>75</sup> Rozsudok Súdneho dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*, bod 152.

<sup>76</sup> To isté platí aj pre odvolanie súhlasu, pozri článok 7 ods. 2 všeobecného nariadenia o ochrane údajov.

<sup>77</sup> Pozri odôvodnenia 7, 42 a 43 všeobecného nariadenia o ochrane údajov. Zásada transparentnosti a práva dotknutých osôb v kapitole III všeobecného nariadenia o ochrane údajov sú ďalšími príkladmi pravidiel, ktorých cieľom je posilniť kontrolu dotknutých osôb nad svojimi osobnými údajmi.

schopné samy určiť, či sa spracúvanie môže uskutočniť, a to bez nevhodného vplyvu prevádzkovateľa alebo iných osôb<sup>78</sup>, a musia mať k dispozícii primerané informácie o spracúvaní<sup>79</sup>.

69. EDPB už v minulosti uviedol, že slovo „slobodný“ znamená skutočnú voľbu a kontrolu pre dotknutú osobu a že podľa nariadenia GDPR „ak má dotknutá osoba pocit, že je k súhlasu nútená alebo bude znášať negatívne dôsledky, ak súhlas neposkytne, takýto súhlas nebude platný“<sup>80</sup>. Ako EDPB zdôraznil pri viacerých príležitostiach, súhlas môže byť platný, iba ak dotknutá osoba môže vykonať skutočnú voľbu a neexistuje riziko oklamania, zastrasovania, nátlaku alebo výrazných negatívnych dôsledkov v prípade nesúhlasu. Súhlas nebude slobodný v prípadoch, keď existuje akýkoľvek prvok donucovania, nátlaku alebo nemožnosti uplatniť si slobodnú vôľu<sup>81</sup>.
70. Vo všeobecnom nariadení o ochrane údajov sa stanovuje niekoľko kritérií, ktoré by sa mali použiť na posúdenie toho, či kontext a okolnosti, za ktorých sa spracúvanie údajov vykonáva, poskytujú dotknutým osobám dostatočnú autonómiu na to, aby sa ich súhlas mohol považovať za „slobodne poskytnutý“. Ako EDPB vysvetľuje vo svojich usmerneniach k súhlasu, hlavnými kritériami, ktoré sa majú zohľadniť pri posudzovaní platnosti súhlasu, je, či dotknutá osoba znáša nepriaznivé následky tým, že súhlas neudelí alebo ho odvolá; či medzi dotknutou osobou a prevádzkovateľom existuje nepomer moci; či je na prístup k tovaru alebo službám potrebný súhlas, aj keď spracúvanie nie je nevyhnutné na splnenie zmluvy (podmienenosť); a či dotknutá osoba môže udeliť súhlas s rôznymi spracovateľskými operáciami (podrobnosť údajov)<sup>82</sup>. Súdny dvor EÚ v rozsudku vo veci *Bundeskartellamt* takisto uviedol, že toto sú hlavné úvahy v súvislosti s tým, či je súhlas dotknutej osoby platný<sup>83</sup>.
71. Splnenie kritérií je potrebné posudzovať individuálne v závislosti od konkrétnej situácie spracúvania. Prevádzkovatelia by mali byť schopní preukázať, že sa súhlas poskytol slobodne. V tomto ohľade sú síce kritériá vzájomne prepojené, ale každé z nich musí byť dodržané v čase, keď dotknutá osoba súhlasí so spracúvaním. Ak napríklad prevádzkovateľ podnikne kroky, aby sa vyhol akejkoľvek podmienenosti, ale neposkytnutie súhlasu by pre dotknutú osobu znamenalo nepriaznivé následky, súhlas nebude poskytnutý slobodne.

#### 4.2.1.1 Poskytnutie bezplatnej alternatívy bez behaviorálnej reklamy

72. Ako sa uvádza v predchádzajúcom oddiele, dotknuté osoby by mali mať skutočnú a reálnu slobodu voľby, keď sú požiadané o súhlas so spracúvaním svojich osobných údajov. V takomto kontexte sloboda voľby, ktorú má dotknutá osoba, závisí aj od možností, ktoré sa používateľom ponúkajú.
73. **Ponuka (len) platenej alternatívy služby, ktorá zahŕňa spracúvanie na účely behaviorálnej reklamy, by nemala byť pre prevádzkovateľov štandardnou cestou.** Naopak, pri vývoji alternatívy k verzii služby s behaviorálnou reklamou **by prevádzkovatelia mali zvážiť poskytnutie „rovnocennej alternatívy“ dotknutým osobám, ktorá si nevyžaduje platbu poplatku,** napríklad bezplatná alternatíva bez behaviorálnej reklamy, ako je opísané ďalej v tomto oddiele.

<sup>78</sup> V tejto súvislosti pozri usmernenia EDPB ku klamlivým dizajnovým vzorcom, keďže, ako sa uvádza v ich bode 3, „klamlivé dizajnové vzorce“ môžu brániť dotknutým osobám v poskytnutí informovaného a slobodného súhlasu.

<sup>79</sup> V tejto súvislosti sú relevantné úvahy uvedené v oddiele 4.2.2 o informovanom súhlase, ktoré by sa mali zohľadniť.

<sup>80</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 13.

<sup>81</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 24.

<sup>82</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, body 13 – 54.

<sup>83</sup> Rozsudok Súdneho dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*, body 143 – 146.

74. **Ak sa prevádzkovatelia rozhodnú poskytnúť dotknutým osobám „rovnocennú alternatívu“, ktorá zahŕňa zaplatenie poplatku**, EDPB zdôrazňuje, že by sa mala venovať osobitná pozornosť prvkom obsiahnutým v tomto stanovisku, ako sú prvky uvedené v oddiele 4.2.1.4.1 a 4.2.1.4.2. V takýchto prípadoch **by mali prevádzkovatelia** s cieľom zabezpečiť skutočnú možnosť voľby a vyhnúť sa tomu, aby používatelia boli postavení pred binárnu voľbu medzi zaplatením poplatku a súhlasom so spracúvaním na účely behaviorálnej reklamy, **zvážiť aj možnosť ponúknuť ďalšiu bezplatnú alternatívu** („bezplatná alternatíva bez behaviorálnej reklamy“).
75. Táto alternatíva nesmie zahŕňať žiadne spracúvanie na účely behaviorálnej reklamy a môže ísť **napríklad** o verziu služby s **inou formou reklamy, ktorá zahŕňa spracúvanie menšieho množstva (alebo žiadnych) osobných údajov**, napríklad kontextovú alebo všeobecnú reklamu alebo reklamu založenú na témach, ktoré si dotknutá osoba vybrala zo zoznamu tém záujmu. To súvisí aj so zásadou minimalizácie údajov, ako sa uvádza v oddiele 4.1: prevádzkovatelia by mali zabezpečiť, aby sa spracúvali len osobné údaje, ktoré sú potrebné na účely umiestnenia takejto reklamy. Prevádzkovatelia by v každom prípade mali mať na pamäti potrebu dodržiavať článok 6 všeobecného nariadenia o ochrane údajov a článok 5 ods. 3 smernice o súkromí a elektronických komunikáciách, ak sa uplatňuje.
76. Hoci veľké online platformy nie sú povinné ponúkať služby vždy bezplatne, sprístupnenie tejto ďalšej alternatívy dotknutým osobám **zvyšuje ich slobodu voľby**. Vďaka tomu môžu **prevádzkovatelia ľahšie preukázať, že súhlas bol poskytnutý slobodne**.
77. Podľa názoru EDPB je skutočnosť, či sa poskytuje bezplatná alternatíva bez behaviorálnej reklamy, **mimoriadne dôležitým faktorom, ktorý treba zohľadniť pri posudzovaní, či dotknuté osoby môžu uplatniť skutočnú voľbu**, a teda či je súhlas platný. Ako sa uvádza v odpovedi na iniciatívu Komisie týkajúcu sa záväzku v súvislosti so súbormi cookie, EDPB pri posudzovaní platnosti súhlasu a toho, či má dotknutá osoba možnosť skutočnej voľby, okrem iného považuje za relevantné, či sa používateľovi okrem služby využívajúcej technológiu sledovania a platenej služby ponúka aj iný druh služby, napríklad služba, ktorá zahŕňa menej rušivú formu reklamy<sup>84</sup>.
78. Bezplatná alternatíva bez behaviorálnej reklamy ponúkaná ako ďalšia alternatíva by zohrávala **relevantnú úlohu pri odstraňovaní, znižovaní alebo zmierňovaní nepriaznivých následkov**, ktoré môžu vzniknúť používateľom, ktorí nesúhlasia s prístupom k službe, buď tým, že musia platiť poplatok za prístup k službe, alebo tým, že k nej nemajú prístup.
79. Okrem toho, ako už predtým uviedol EDPB, ak existuje jasný nepomer moci, súhlas sa môže použiť len za „výnimočných okolností“ a ak prevádzkovateľ v súlade so zásadou zodpovednosti môže preukázať, že pre dotknutú osobu nemá „vôbec žiadne nepriaznivé následky“, ak súhlas neudelí, najmä ak sa dotknutým osobám ponúkne alternatíva, ktorá nemá žiadny negatívny vplyv<sup>85</sup>. V kontexte tohto stanoviska by takouto alternatívou mohla byť ponuka bezplatnej alternatívy bez behaviorálnej reklamy.
80. To, či prevádzkovatelia ponúkajú bezplatnú alternatívu bez behaviorálnej reklamy, môže byť relevantné aj pri posudzovaní iných aspektov slobodne poskytnutého súhlasu, napríklad či existuje situácia podmienenosti, ako je vysvetlené v oddiele 4.2.1.4 tohto stanoviska.

---

<sup>84</sup> Odpoveď EDPB na iniciatívu Komisie týkajúcu sa dobrovoľného záväzku podnikov zjednodušiť správu súborov cookie a personalizovaných reklamných volieb zo strany spotrebiteľov, prijatá 13. decembra 2023, s. 5 prílohy: „Pri posudzovaní platnosti súhlasu považuje EDPB okrem iného za dôležité, či sa okrem služby využívajúcej technológiu sledovania a platenej služby ponúka aj iný typ služby, napríklad služba s menej rušivou formou reklamy, ako je kontextová reklama, a či má dotknutá osoba možnosť skutočnej voľby.“

<sup>85</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 22 a príklad 5.

81. Keď sa dotknutým osobám predkladajú rôzne možnosti, prevádzkovatelia by mali takisto zabezpečiť, aby dotknuté osoby plne chápali, čo každá možnosť znamená z hľadiska spracúvania údajov a jeho dôsledkov. V tejto súvislosti sú relevantné úvahy uvedené v oddiele 4.2.2 o informovanom súhlase, ktoré by sa mali zohľadniť. **Jasnosť rôznych možností voľby** by sa mala odraziť aj v návrhu rozhrania, pretože v súlade so zásadou spravodlivosti by sa malo zabrániť klamlivému alebo manipulatívne návrhu<sup>86</sup>.
82. EDPB ďalej pripomína, že prevádzkovatelia, ktorí sú podľa aktu o digitálnych trhoch strážcami prístupu a/alebo veľmi veľkými online platformami podľa aktu o digitálnych službách, by mali pri vypracúvaní alternatívnych možností pre používateľa zohľadniť ich príslušné požiadavky<sup>87</sup>.

#### 4.2.1.2 *Nepriaznivé následky*

83. Podľa odôvodnenia 42 všeobecného nariadenia o ochrane údajov, aby sa súhlas považoval za slobodne poskytnutý, musí mať dotknutá osoba skutočnú možnosť voľby a musí vedieť odmietnuť či odvolať svoj súhlas bez nepriaznivých následkov, teda bez toho, aby utrpela škodu alebo ujmu<sup>88</sup>. Možnosť odmietnuť alebo odvolať súhlas bez nepriaznivých následkov musí preukázať prevádzkovateľ<sup>89</sup>.
84. Ak dotknutá osoba odmietne poskytnúť súhlas so spracúvaním údajov na účely behaviorálnej reklamy a neexistujú žiadne iné bezplatné alternatívy, ktoré by jej umožnili prístup k rovnakej službe, dotknutá osoba bude čeliť finančným dôsledkom, pretože bude musieť zaplatiť poplatok, aby mohla službu využívať. Bolo by to tak najmä v prípade, ak by existovali účinky odkázanosti na určitého dodávateľa a používateľ by mohol službu využívať dlhší čas bez poplatku.
85. S cieľom zabrániť nepriaznivým následkom v zmysle odôvodnenia 42 všeobecného nariadenia o ochrane údajov a zabezpečiť, aby dotknuté osoby mali možnosť skutočnej voľby, by spôsob, akým sa služba ponúka<sup>90</sup>, ako aj prípadný poplatok nemali byť také, aby dotknutým osobám účinne bránili v slobodnej voľbe, napríklad tým, že by dotknutú osobu nabádali k súhlasu. Preto by predmetný poplatok nemal byť neprimerane vysoký, čo sa ďalej rieši v oddiele 4.2.1.4.2.
86. Ak dotknutá osoba odmietne poskytnúť súhlas alebo ho odvolá a nezaplatí požadovaný poplatok, nebude môcť službu využívať, čo pre dotknutú osobu môže predstavovať nepriaznivé následky. V týchto prípadoch môžu rôzne faktory viesť k tomu, že dotknuté osoby čelia nepriaznivým následkom.

---

<sup>86</sup> Pozri usmernenia EDPB k špecificky navrhutej a štandardnej ochrane údajov, bod 70. Pozri aj usmernenia EDPB k temným vzorcom.

<sup>87</sup> Pozri článok 5 ods. 2 aktu o digitálnych trhoch. Pozri aj odôvodnenie 36 aktu o digitálnych trhoch: „S cieľom zabezpečiť, aby strážcovia prístupu nespravodlivo neoslabovali súťažeschopnosť trhov so základnými platformovými službami, by mali strážcovia prístupu koncovým používateľom umožniť, aby sa slobodne rozhodli využiť takéto praktiky spracúvania údajov a prihlasovania tým, že ponúknu menej personalizovanú, ale rovnocennú alternatívu, a bez toho, aby použitie základnej platformovej služby alebo určitých jej funkcií podmienili súhlasom koncového používateľa.“ V odôvodnení 37 aktu o digitálnych trhoch sa dodáva, že: „Menej personalizovaná alternatíva by nemala byť iná alebo menej kvalitná v porovnaní so službou poskytovanou koncovým používateľom, ktorí poskytujú súhlas, pokiaľ zhoršenie kvality nie je priamym dôsledkom toho, že strážca prístupu nie je schopný takéto osobné údaje spracúvať alebo koncových používateľov k službe prihlásiť.“ Pozri aj článok 38 aktu o digitálnych službách: „[...] poskytovatelia veľmi veľkých online platforiem a veľmi veľkých internetových vyhľadávačov, ktorí používajú odporúčacie systémy, pre každý zo svojich odporúčacích systémov poskytnú aspoň jednu možnosť, ktorá nie je založená na profilovaní v zmysle vymedzenia článku 4 bodu 4 nariadenia (EÚ) 2016/679.“

<sup>88</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, body 46 – 48. Pozri aj bod 24.

<sup>89</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 46.

<sup>90</sup> Zatiaľ čo poskytnutie súhlasu možno často vykonať jedným úkonom, odmietnutie súhlasu by si potenciálne mohlo vyžadovať, aby dotknutá osoba prešla dlhším a ťažkopádnejším platobným procesom, prípadne spojeným s ďalšími činnosťami spracúvania údajov.

87. Dotknuté osoby môžu čeliť nepriaznivým následkom, ak sa im znemožní využívanie služby, ktorá je súčasťou ich každodenného života a má významnú úlohu. Môže ísť napríklad o platformu, ktorá sa bežne a systematicky používa na šírenie informácií, ktoré nemusia byť ľahko dostupné z iných zdrojov, alebo o platformu, ktorej používanie je nevyhnutné na prístup k určitým službám dôležitým pre každodenný život jednotlivca. Môže ísť o informácie alebo výmeny, na ktoré sú používatelia v každodennom živote odkázaní, čo im sťažuje neúčast na platforme. Tieto typy situácií môžu siahť od dôležitých informácií počas mimoriadnych udalostí až po informácie pre rodičov týkajúce sa spoločenských aktivít ich detí. Okrem toho môže byť platforma kľúčovým fórom pre verejnú diskusiu o politických, sociálnych, kultúrnych a hospodárskych otázkach.
88. V rovnakom duchu môže byť používanie určitých služieb sociálnych médií rozhodujúce pre účasť dotknutých osôb na spoločenskom živote. Vzhľadom na rýchle technologické inovácie a skutočnosť, že väčšina ľudí je prítomná online, by sa nemala podceňovať úloha, ktorú sociálne médiá zohrávajú v každodennom živote a interakciách dotknutých osôb. Mnohé dotknuté osoby sa spoliehajú na tieto platformy ako na dôležitý prostriedok na udržiavanie styku s ľuďmi, s ktorými nie sú v každodennom fyzickom kontakte, napríklad s priateľmi a/alebo rodinou. Vzhľadom na to, že sociálne médiá predstavujú mimoriadne cennú a pohodlnú alternatívu k osobným interakciám, môže mať ich nedostupnosť pre niektorých používateľov významné následky pre ich emocionálnu a psychickú pohodu. V uvedených prípadoch môžu byť dotknuté osoby vylúčené zo sociálnych interakcií prebiehajúcich na platforme a môžu sa cítiť sociálne izolované, najmä ak neexistuje žiadna alternatívna služba, ktorá by ponúkala podobný zážitok a ktorú by využívali aj sociálne kontakty dotknutej osoby. To isté platí aj pre účasť na online diskusných fórach. Dotknuté osoby môžu byť vylúčené z účasti na týchto online diskusných fórach, hoci v súčasnosti predstavujú dôležitú súčasť online diskusií.
89. Dotknuté osoby môžu čeliť nepriaznivým následkom aj vtedy, ak im je z dôvodu nezaplatenia poplatku a nesúhlasu odopretý prístup k profesionálnym platformám alebo platformám zameraným na zamestnanie. Konkrétne môžu byť negatívne ovplyvnené ich možnosti nájsť si pracovné príležitosti alebo budovať a/alebo udržiavať profesionálne siete, môžu sa cítiť znevýhodnení v porovnaní s používateľmi, ktorí majú k službe prístup, alebo nemôžu sledovať dôležitý vývoj v príslušných oblastiach svojej práce.
90. Okrem toho môže s väčšou pravdepodobnosťou dôjsť k nepriaznivým následkom, a možno aj významnejšej povahy, v prípade veľkej online platformy, v prípade ktorej môže dochádzať k **účinku odkázanosti na určitého dodávateľa alebo k sieťovým účinkom**. Nepriaznivé následky odmietnutia prístupu k službe **môžu byť ešte závažnejšie pre používateľov online platformy, ktoré od začiatku nezavádzali modely „súhlas alebo platba“, ale následne sa rozhodli ich zaviesť.**
91. **Sieťové účinky** môžu dotknutým osobám sťažiť rozhodnutie nemať prístup k službe bez toho, aby utrpeli akékoľvek negatívne dôsledky. Týka sa to najmä platformy, ktorá sa spolieha na obsah vytváraný používateľmi alebo na interakciu medzi používateľmi, ako sú platformy na zdieľanie videí/obrázok a komunikačné platformy, napríklad stránky sociálnych médií, zoznamovacie platformy, diskusné fóra alebo rezervačné platformy s veľkým počtom používateľov. Ak má platforma veľkú používateľskú základňu, noví a existujúci používatelia môžu považovať interakciu na danej službe za nevyhnutnú, aby sa pripojili k digitálnej komunite, v ktorej sú ich priatelia, rodina a kolegovia, alebo aby sa zúčastnili na politických diskusiách alebo rozhovoroch. Iní používatelia môžu mať pocit, že musia využívať službu v profesionálnom kontexte alebo že ako rodičia musia používať určitú stránku, aby získali informácie týkajúce sa svojich detí, napríklad skupiny rodičov na plánovanie spoločenských aktivít pre deti. Neinteragovanie na platforme alebo výber inej služby môžu byť nereálne, pretože pre jednotlivca je ťažké presvedčiť napríklad svoje sociálne, profesionálne alebo politické kruhy, aby prešli z jednej služby na inú, ktorá nesleduje svojich používateľov.



92. Akékoľvek **účinky odkázanosti na určitého dodávateľa** taktiež môžu viesť k nepriaznivým následkom pre dotknuté osoby. Používatelia, ktorí platformu používajú už nejaký čas, si už možno vytvorili svoju online prítomnosť na platforme a investovali do nej, napríklad pokiaľ ide o kontakty a interakcie s inými používateľmi, vytváranie obsahu, získavanie sledovateľov a „lajkov“ atď. Tento účinok sa ešte viac zosilní, ak používateľ strávil na platforme dlhší čas, napr. ak je platforma ponúkaná už dlhšie obdobie. Ak sú takíto používatelia požiadaní, aby zaplatili poplatok alebo súhlasili so spracúvaním svojich osobných údajov na účely behaviorálnej reklamy, aby mohli pokračovať v používaní služby, ale odmietnu to urobiť a stratia prístup k službe, hrozí, že nebudú môcť preniesť svoje interakcie, sledovateľov a prepojenia na novú platformu a/alebo že stratia obsah a informácie, ktoré zostavili alebo vytvorili počas predchádzajúceho používania služby. Môže to zahŕňať širokú škálu materiálov, ako je osobná komunikácia, zoznamy kontaktov, história vyhľadávania, uložené preferencie, obrázky, informačné panely, rôzne druhy personalizovaných databáz atď. Pre tvorca obsahu na stránke na zdieľanie médií to môže znamenať veľmi výraznú a potenciálne nenapraviteľnú stratu pre používateľa v zmysle možnej finančnej straty, straty portfólia, ktoré si tvorca mohol počas rokov na platforme vybudovať, a straty sledovateľov.
93. V tejto súvislosti je dôležité pripomenúť význam práv dotknutej osoby a skutočnosť, že prevádzkovateľ by mal tieto práva vždy rešpektovať. Aj v prípade, že by dotknutá osoba už nemala prístup k službe, stále by mala právo uplatňovať svoje práva dotknutej osoby podľa všeobecného nariadenia o ochrane údajov, napríklad právo na prístup k osobným údajom a právo na prenosnosť údajov. Je povinnosťou prevádzkovateľa informovať o tom dotknuté osoby, keď im poskytne možnosť udeliť alebo neudeliť svoj súhlas, a zabezpečiť, aby bola zachovaná možnosť uplatniť tieto práva.
94. Ak existuje niektorý z (neúplné vymenovaných) negatívnych dôsledkov opísaných v predchádzajúcich odsekoch, ponuka jedinej voľby medzi platenou službou a službou zahŕňajúcou behaviorálnu reklamu na základe súhlasu dotknutej osoby by ovplyvnila možnosť dotknutých osôb prijať skutočné rozhodnutie a odmietnuť súhlas bez nepriaznivých následkov.
95. Vzhľadom na uvedené skutočnosti je pravdepodobné, že ak veľké online platformy používajú na získanie súhlasu so spracúvaním model „súhlas alebo platba“, môže to viesť k nepriaznivým následkom. Ako sa uvádza v oddiele 4.2.1.1, to, či prevádzkovateľ ponúka bezplatnú alternatívu bez behaviorálnej reklamy ako ďalšiu alternatívu, by zohrávalo relevantnú úlohu pri odstraňovaní, znižovaní alebo zmierňovaní nepriaznivých následkov, ktoré môžu vzniknúť používateľom, ktorí nesúhlasia s prístupom k službe, buď tým, že musia platiť poplatok za prístup k službe, alebo tým, že k nej nemajú prístup.

#### 4.2.1.3 *Nepomer moci*

96. V prvej časti odôvodnenia 43 všeobecného nariadenia o ochrane údajov sa uvádza, že pri posudzovaní, či bol súhlas dotknutej osoby poskytnutý slobodne, je dôležitá dynamika moci medzi dotknutou osobou a prevádzkovateľom:

*„Aby sa zabezpečilo, že súhlas sa poskytol slobodne, súhlas by nemal byť platným právnym dôvodom na spracúvanie osobných údajov v konkrétnom prípade, ak medzi postavením dotknutej osoby a prevádzkovateľa existuje jednoznačný nepomer, najmä ak je prevádzkovateľ orgánom verejnej moci, a preto nie je pravdepodobné, že sa súhlas poskytol slobodne za všetkých okolností danej konkrétnej situácie. [...]“*

97. Keďže „slobodné poskytnutie“ znamená, že dotknutá osoba musí uplatňovať autonómiu, je potrebné zväžiť postavenie prevádzkovateľa a jeho moci vo vzťahu k dotknutým osobám. Ak v danej situácii existuje jasný nepomer medzi prevádzkovateľom a dotknutou osobou, dotknutá osoba sa môže cítiť nútená prijať rozhodnutie, ktoré by inak neprijala, čo zasahuje do jej slobody voľby. Ako už bolo



uvedené, v odôvodnení 43 všeobecného nariadenia o ochrane údajov sa jasne uvádza, že v situácii jednoznačného nepomeru sa súhlas spravidla nemôže použiť ako právny základ.

98. Ako už predtým uviedol EDPB, ak existuje jasný nepomer, súhlas sa môže použiť len za „výnimočných okolností“ a ak prevádzkovateľ v súlade so zásadou zodpovednosti môže preukázať, že pre dotknutú osobu nemá „vôbec žiadne nepriaznivé dôsledky“, ak súhlas neudelí, najmä ak sa dotknutým osobám ponúkne alternatíva, ktorá nemá žiadny negatívny vplyv<sup>91</sup>. V kontexte tohto stanoviska by takouto alternatívou mohla byť ponuka bezplatnej alternatívy bez behaviorálnej reklamy (pozri oddiel 4.2.1.1).
99. Všetci prevádzkovatelia, ktorí používajú súhlas ako právny základ, musia posúdiť, či sa nachádzajú v situácii jednoznačného nepomeru moci. Ak je prevádzkovateľom „veľká online platforma“, ako je vymedzené na účely tohto stanoviska, možno zohľadniť určité prvky s cieľom overiť, či nastala situácia jednoznačného nepomeru moci. Niektoré z týchto neúplne vymenovaných a nekumulatívnych faktorov sú uvedené nižšie. Niektoré z nich budú pre niektorých prevádzkovateľov relevantnejšie a pre iných menej. Tieto faktory by sa mali vždy posudzovať individuálne.
100. Prvým faktorom, ktorý môže byť relevantný, je **postavenie spoločnosti na trhu**. V tejto súvislosti možno pripomenúť, že jednoznačný nepomer môže byť zjavnejší, ak existuje formálny vzťah medzi prevádzkovateľom a dotknutou osobou, napríklad ak je prevádzkovateľom orgán verejnej moci alebo zamestnávateľ<sup>92</sup>. Ako však EDPB už predtým zdôraznil, nepomer moci sa neobmedzuje len na orgány verejnej moci a zamestnávateľov a môže sa vyskytovať aj v iných situáciách<sup>93</sup>. Vždy je potrebné posúdiť skutočné a špecifické faktory konkrétneho prípadu.
101. Všeobecné nariadenie o ochrane údajov neposkytuje žiadne výslovné usmernenie o tom, ako sa postavenie prevádzkovateľa na trhu zohľadňuje pri posudzovaní, či existuje situácia jednoznačného nepomeru. Súdny dvor EÚ v rozsudku vo veci *Bundeskartellamt* uviedol, že existencia dominantného postavenia „môže spôsobiť zjavnú nerovnováhu“<sup>94</sup>. Súdny dvor ďalej uviedol, že ide o „dôležitý prvok“ pri posudzovaní<sup>95</sup>.
102. Pojem „dominantné postavenie“ je zavedený v práve hospodárskej súťaže EÚ. Prevádzkovateľom veľkých online platforiem môžu byť úvahy používané na určenie dominantného postavenia spoločnosti užitočné pri posudzovaní, či došlo k jednoznačnému nepomeru moci. Tieto úvahy zahŕňajú vymedzenie relevantného trhu (ako je produktový trh a geografický trh) a určenie podielu na trhu, ako aj prekážok vstupu na trh alebo expanzie<sup>96</sup>.
103. Okrem toho generálny advokát vo svojom návrhu vo veci uviedol, že prevádzkovateľ nemusí mať „dominantné postavenie“ v zmysle článku 102 ZFEÚ, aby sa jeho trhová sila považovala za relevantnú pre presadzovanie všeobecného nariadenia o ochrane údajov<sup>97</sup>. EDPB sa v tomto bode stotožňuje s názorom generálneho advokáta.
104. Treba však pripomenúť, že Súdny dvor EÚ uviedol, že platnosť súhlasu dotknutej osoby sa musí určiť na základe článku 4 ods. 11 a článku 7 všeobecného nariadenia o ochrane údajov a jeho odôvodnení. Okrem

---

<sup>91</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 22 a príklad 5.

<sup>92</sup> Pozri aj usmernenia EDPB k súhlasu, oddiel 3.1.1.

<sup>93</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 24.

<sup>94</sup> Rozsudok Súdneho dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*, bod 149.

<sup>95</sup> Rozsudok Súdneho dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*, bod 154.

<sup>96</sup> Všeobecnú metodiku vymedzenia relevantného trhu možno nájsť v oznámení Komisie C/2024/1645. Pozri aj oznámenie Komisie EÚ – Usmernenie o prioritách Komisie v oblasti presadzovania práva pri uplatňovaní článku 82 Zmluvy o ES na prípady zneužívania dominantného postavenia podnikov na vylúčenie konkurentov z trhu (2009/C 45/02), Ú. v. EÚ C 45, 24.2.2009, s. 7 – 20, zmenené v roku 2023 (C/2023/1923, Ú. v. EÚ C 116, 31.3.2023, s. 1 – 5).

<sup>97</sup> Vec C-252/21, návrh generálneho advokáta Rantosa z 20. septembra 2022, ECLI:EU:C:2022:704, bod 75.

toho je cieľom pravidiel týkajúcich sa platného súhlasu zabezpečiť, aby dotknuté osoby mali autonómiu a slobodu voľby. Podľa názoru EDPB by prevádzkovatelia mali v každom jednotlivom prípade posúdiť, či je sloboda voľby dotknutých osôb obmedzená. To, či prevádzkovateľ má alebo nemá „dominantné postavenie“, je síce dôležité pri posudzovaní nepomeru moci, ale neurčuje platnosť súhlasu ako takého.

105. Na základe uvedeného možno dospieť k záveru, že v závislosti od okolností konkrétneho prípadu môžu nastať situácie, keď dozorné orgány môžu dospieť k záveru o existencii jednoznačného nepomeru v zmysle všeobecného nariadenia o ochrane údajov bez toho, aby bolo preukázané dominantné postavenie. Rozhodujúcou otázkou je, či postavenie prevádzkovateľa na trhu samé osebe alebo v kombinácii s inými faktormi vedie dotknuté osoby k tomu, že majú pocit, že neexistujú žiadne iné reálne alternatívne služby, napríklad platformy na zdieľanie videí, portály na podávanie žiadostí o zamestnanie alebo platformy na nákup a predaj určitého tovaru a služieb.
106. Všeobecnejšie povedané, ako sa pripomína vyššie v oddiele 4.1, v súlade so zásadou spravodlivosti by pomer moci mal byť kľúčovým aspektom vzťahu medzi prevádzkovateľom a dotknutou osobou: nepomeru moci by sa malo predchádzať, alebo, ak to nie je možné, mal by sa rozpoznať a zohľadniť vhodnými protiopatreniami<sup>98</sup>. Je to s cieľom zabezpečiť, aby sa dotknutá osoba mohla skutočne slobodne rozhodnúť pri poskytovaní súhlasu so spracúvaním osobných údajov.
107. Pri posudzovaní, či existuje jednoznačný nepomer, sú relevantné aj úvahy uvedené v oddiele 4.2.1.2. V kontexte veľkých online platforiem, ktoré uplatňujú modely „súhlas alebo platba“, sú kritériá „nepomeru moci“ a „nepriaznivých následkov“ na posúdenie toho, či bol súhlas poskytnutý slobodne, skutočne silne prepojené.
108. Najmä existencia sieťových účinkov alebo účinkov odkázanosti na určitého dodávateľa, ako je opísané vyššie, môže používateľovi sťažiť alebo znemožniť výber inej služby. V prípadoch, keď má platforma oveľa väčšiu používateľskú základňu v porovnaní s akýmikoľvek relevantnými alternatívami alebo keď používateľ do platformy výrazne investoval, môže sa cítiť nútený spoliehať sa na platformu; v týchto prípadoch môže byť výber inej služby nereálny alebo môže byť ťažké presvedčiť ich sociálne, profesionálne alebo politické kruhy, aby prešli z jednej služby do druhej. Okrem toho, ako je vysvetlené vyššie, účinky odkázanosti na určitého dodávateľa môžu viesť k tomu, že populárny alebo relevantný obsah sa sústreďuje okolo konkrétnej platformy, čo taktiež môže ovplyvniť pomer moci vo vzťahu k novým používateľom, ktorí chcú získať prístup k takémuto obsahu.
109. Osobitná opatrnosť sa vyžaduje pri službách, ktoré si vytvorili veľkú používateľskú základňu, pričom svoje služby ponúkajú bez poplatku pre všetkých používateľov. Takéto služby mohli prilákať veľký počet používateľov, ktorí nie sú ochotní alebo schopní platiť poplatok a ktorí využili službu v dôvere, že to na nich nebude mať finančný vplyv. Používatelia môžu časom zvýšiť svoju závislosť od služby, okrem iného v dôsledku sieťových vplyvov a účinkov odkázanosti na určitého dodávateľa. Ak takáto služba následne začne poskytovať používateľom možnosť voľby medzi spracúvaním osobných údajov a zaplatením poplatku, mohlo by sa to považovať za príklad využitia jednoznačného nepomeru v neprospech používateľov, keďže používatelia si v tejto situácii pravdepodobne nebudú môcť uplatniť slobodnú voľbu.
110. Ďalším dôležitým faktorom pri posudzovaní nepomeru je miera, do akej sa dotknutá osoba **spolieha na poskytovanú službu**. Skutočne slobodná voľba dotknutej osoby je obmedzená, ak sa služba

---

<sup>98</sup> Usmernenia EDPB k špecificky navrhnutej a štandardnej ochrane údajov, bod 70.

považuje za nevyhnutnú, napríklad na hľadanie zamestnania, na získanie prístupu k informáciám dôležitým pre každodenný život dotknutej osoby alebo na účasť na verejnej diskusii<sup>99</sup>.

111. Okrem toho je potrebné zohľadniť **cieľovú alebo prevažujúcu cieľovú skupinu** platformy. Ak je napríklad platforma primárne zameraná na deti, a to prostredníctvom dizajnu alebo marketingu služby, alebo ju používajú prevažne deti alebo iné zraniteľné osoby, môže to tiež viesť k jednoznačnému nepomeru medzi prevádzkovateľom a dotknutými osobami<sup>100</sup>.
112. Uvedené skutočnosti sú príklady prvkov, ktoré by v prípade ich prítomnosti mohli vytvoriť situáciu nepomeru moci vo vzťahu medzi dotknutou osobou a prevádzkovateľom.
113. Prevádzkovateľ však môže tvrdiť, že dotknuté osoby nie sú nútené súhlasiť alebo platiť. Môžu sa rozhodnúť, že službu nebudú používať vôbec alebo budú používať inú službu, ktorá nespracúva osobné údaje rovnakým spôsobom ako prevádzkovateľ. Po prvé, vyššie opísané prvky môžu viesť k situácii, keď používatelia nemajú žiadnu praktickú možnosť odmietnuť používanie služby. Po druhé, ako je uvedené v oddiele 4.2.1.4.1 nižšie, EDPB vo svojich usmerneniach k súhlasu uviedol, že súhlas nemožno považovať za slobodne poskytnutý len preto, že existuje iná podobná služba poskytovaná iným prevádzkovateľom, ktorá nezahŕňa súhlas so spracovaním osobných údajov na ďalšie účely<sup>101</sup>.

#### 4.2.1.4 Podmienenosť

114. Podľa článku 7 ods. 4 všeobecného nariadenia o ochrane údajov sa pri posudzovaní, či bol súhlas poskytnutý slobodne, v čo najväčšej miere zohľadní skutočnosť, či sa od dotknutých osôb žiada, aby súhlasili so spracovateľskými činnosťami, ktoré nie sú objektívne potrebné na plnenie zmluvy<sup>102</sup>, aby získali prístup k službe<sup>103</sup>.
115. EDPB vo svojich usmerneniach k súhlasu uviedol, že prevádzkovateľ by mohol namietaať, že dotknutým osobám poskytuje skutočnú možnosť voľby, ak si môžu vybrať medzi verziou služby, ktorá si vyžaduje súhlas s použitím osobných údajov na ďalšie účely na jednej strane a rovnocennou verziou služby ponúkanou tým istým prevádzkovateľom, ktorá si nevyžaduje súhlas s použitím údajov na doplnkové účely, na strane druhej, a že ak je možné, aby bola služba poskytnutá bez súhlasu s príslušným iným použitím údajov, nejde o podmienenú službu<sup>104</sup>.
116. Súdny dvor EÚ nedávno v rozsudku vo veci *Bundeskartellamt* uviedol, že ak operácie spracúvania údajov nie sú nevyhnutne potrebné na plnenie zmluvy, používatelia musia mať možnosť odmietnuť súhlas s takýmito operáciami spracúvania bez toho, aby boli povinní úplne sa zdržať používania služby<sup>105</sup>. V tejto

<sup>99</sup> V týchto prípadoch sa dotknutá osoba môže cítiť nútená súhlasiť so sledovaním. EDPB už skôr uviedol, že súhlas môže byť platný len vtedy, ak neobsahuje prvky donútenia alebo nátlaku, pozri usmernenia EDPB k súhlasu, bod 24.

<sup>100</sup> EDPB v tejto súvislosti pripomína, že prevádzkovatelia online platforiem by podľa aktu o digitálnych službách nemali na svojom rozhraní prezentovať reklamy založené na profilovaní, ako je vymedzené v článku 4 ods. 4 všeobecného nariadenia o ochrane údajov, s použitím osobných údajov príjemcu služby, ak si s dostatočnou istotou uvedomujú, že príjemca služby je maloletá osoba, pozri článok 28 ods. 2 aktu o digitálnych službách.

<sup>101</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 38.

<sup>102</sup> Usmernenia EDPB 2/2019 o spracúvaní osobných údajov podľa článku 6 ods. 1 písm. b) všeobecného nariadenia o ochrane údajov v súvislosti s poskytovaním on-line služieb dotknutým osobám, verzia 2.0, prijaté 8. októbra 2019 [ďalej len „usmernenia EDPB k článku 6 ods. 1 písm. b) všeobecného nariadenia o ochrane údajov“], body 30 – 33.

<sup>103</sup> V tejto súvislosti pozri aj odôvodnenie 43 všeobecného nariadenia o ochrane údajov a usmernenia EDPB k súhlasu, body 25 – 41.

<sup>104</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 37.

<sup>105</sup> Rozsudok Súdneho dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*, bod 150. Súdny dvor EÚ v bode 102 v rámci oddielu venovanému otázke uplatniteľnosti článku 6 ods. 1 písm. b) ako zákonného základu spracúvania takisto uvádza,

súvislosti sa v rozsudku Súdneho dvora EÚ spomína povinnosť ponúknuť „rovnocennú alternatívu, s ktorou nie sú spojené takéto operácie spracúvania údajov“ („prípadne za primeranú odmenu“)<sup>106</sup>.

117. Toto vyhlásenie Súdneho dvora EÚ naznačuje, že modely „súhlas alebo platba“ nie sú v zásade zakázané. Súdny dvor zároveň neposkytol žiadne bližšie informácie o význame pojmov „rovnocenná alternatíva“ a „prípadne za primeranú odmenu“. EDPB by preto chcel objasniť, že jeho výklad tejto časti rozsudku je taký, že dotknutým osobám, ktoré sa rozhodnú neposkytnúť súhlas, musí byť ponúknutá „rovnocenná alternatíva“: možno tak predísť situácii, keď by sa dotknuté osoby ocitli v situácii podmienenosti, ktorá by viedla k neplatnosti súhlasu. V tejto súvislosti pozri bod 73.
118. Toto stanovisko Súdneho dvora EÚ sa však týka najmä aspektu podmienenosti. Prevádzkovatelia by mali zabezpečiť, aby boli splnené všetky podmienky slobodného poskytnutia súhlasu a jeho všeobecnej platnosti. Preto bude vždy potrebné v každom prípade osobitne posúdiť, či je súhlas platný.

#### 4.2.1.4.1 Poskytnutie „rovnocennej alternatívy“

119. EDPB chce poskytnúť kritériá, ktoré môžu pomôcť posúdiť, či sa má alternatívna verzia služby považovať za rovnocennú s verziou služby poskytovanou pod podmienkou súhlasu so spracovaním osobných údajov na účely behaviorálnej reklamy (v tomto oddiele označovanej ako „**verzia s behaviorálnou reklamou**“). EDPB v tejto súvislosti zdôraznil, že „obe služby musia byť skutočne rovnocenné“<sup>107</sup>.
120. EDPB uviedol, že súhlas nemožno považovať za slobodne poskytnutý, ak prevádzkovateľ tvrdí, že existuje možnosť voľby medzi jeho službou (vrátane súhlasu s použitím osobných údajov na ďalšie účely) a rovnocennou službou, ktorú ponúka iný prevádzkovateľ, pretože sloboda voľby by závisela od toho, čo robia ostatní účastníci trhu a či by dotknutá osoba považovala služby iného prevádzkovateľa za skutočne rovnocenné<sup>108</sup>. V tejto súvislosti sa preto toto stanovisko vzťahuje na **alternatívnu verziu predmetnej služby ponúkanú tým istým prevádzkovateľom**, ktorá nezahŕňa súhlas so spracúvaním osobných údajov na účely behaviorálnej reklamy (ďalej v tomto oddiele len **alternatívna verzia**“).
121. Ak sa alternatívna verzia líši od verzie s behaviorálnou reklamou len v rozsahu nevyhnutnom v dôsledku toho, že prevádzkovateľ nemôže spracúvať osobné údaje na účely behaviorálnej reklamy, možno ju v zásade považovať za rovnocennú.
122. V iných prípadoch môže posúdenie závisieť od toho, či alternatívna verzia obsahuje v podstate rovnaké prvky a funkcie, pričom sa vychádza z verzie s behaviorálnou reklamou. Hoci rovnocennosť existuje, ak alternatívna verzia obsahuje v zásade rovnaké vlastnosti a funkcie (funkčná rovnocennosť), alternatívna verzia a verzia s behaviorálnou reklamou nemusia byť úplne identické.
123. Ak v porovnaní s verziou s behaviorálnou reklamou nie je alternatívna verzia iná alebo menej kvalitná a nie sú odstránené žiadne funkcie (pokiaľ žiadne zmeny nie sú priamym dôsledkom toho, že prevádzkovateľ

---

že poskytovanie personalizovaného obsahu je „užitočné pre používateľa“, ale „nezdá sa byť nevyhnutné na to, aby tomuto používateľovi ponúklo online služby sociálnej siete“, preto tieto služby „môžu byť prípadne poskytované používateľovi vo forme rovnocennej alternatívy, ktorá nezahŕňa takúto personalizáciu, takže takáto personalizácia nie je objektívne nevyhnutná na účel, ktorý je neoddeliteľnou súčasťou týchto služieb“.

<sup>106</sup> Rozsudok Súdneho dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*, bod 150.

<sup>107</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 37.

<sup>108</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 38.

nemôže spracúvať osobné údaje na účely, na ktoré žiadal o súhlas)<sup>109</sup>, potom možno alternatívnu verziu pravdepodobne považovať za skutočne rovnocennú s verziou s behaviorálnou reklamou.

124. Čím viac sa alternatívna verzia líši od verzie s behaviorálnou reklamou, tým je menej pravdepodobné, že sa alternatívna verzia bude považovať za skutočne rovnocennú, hoci to zostáva na individuálnom posúdení.
125. Rovnocennosť – čo znamená „mať rovnakú hodnotu“ – poukazuje na dva smery. Na jednej strane, ako je uvedené vyššie, ak by alternatívna verzia bola menej kvalitná alebo menej bohatá na funkcie ako verzia s behaviorálnou reklamou, používatelia by nemali skutočnú možnosť voľby.
126. Na druhej strane by sa možnosť zahrnutia ďalších funkcií do alternatívnej verzie mala posudzovať opatrne: je to preto, lebo je potrebné zachovať skutočnú rovnocennosť medzi verziami služby, ako je opísané vyššie, a používatelia musia mať možnosť skutočnej voľby.
127. Dôležité je, že Súdny dvor EÚ odkazuje na poskytnutie rovnocennej alternatívy, „**s ktorou nie sú spojené takéto operácie spracúvania údajov**“<sup>110</sup>, t. j. operácie spracúvania údajov, ktoré nie sú nevyhnutné na poskytnutie služby a opierajú sa o súhlas. Keďže spracúvanie na účely behaviorálnej reklamy nie je potrebné na poskytovanie služby a závisí od súhlasu, toto spracúvanie sa musí v alternatívnej verzii vynechať. EDPB chce pripomenúť, že to nie je obmedzené na zobrazovanie reklám prispôbených dotknutým osobám na základe ich profilu, ako sa uvádza vo vymedzení behaviorálnej reklamy v oddiele 2.1.2. Týka sa skôr rôznych činností spracúvania, ktoré prevádzkovatelia vykonávajú na účely behaviorálnej reklamy, od počiatočného sledovania používateľov na tento účel. Preto by sa v alternatívnej verzii mali v zásade vynechať aj operácie spracúvania, ktoré by sa vykonávali ako predpoklad spracúvania na účely behaviorálnej reklamy<sup>111</sup>.
128. EDPB však zdôrazňuje, že v prípade, ak prevádzkovatelia vykonávajú v rámci alternatívnej verzie sledovanie na iné účely ako na účely behaviorálnej reklamy, napríklad na bezpečnostné účely, takéto spracovateľské operácie nemusia byť nevyhnutne vynechané za predpokladu, že plne spĺňajú požiadavky stanovené vo všeobecnom nariadení o ochrane údajov vrátane potreby opierať sa o vhodný zákonný základ podľa článku 6 všeobecného nariadenia o ochrane údajov a článku 5 ods. 3 smernice o súkromí a elektronických komunikáciách.
129. Okrem toho, ako sa zdôrazňuje v oddiele 4.2.2 „Informovaný súhlas“, dodržiavanie zásad transparentnosti a spravodlivosti<sup>112</sup> a povinností v oblasti transparentnosti má zásadný význam aj na účely zabezpečenia skutočnej voľby používateľa. Používateľ preto musí byť schopný v plnej miere porovnať všetky alternatívne možnosti, ktoré prevádzkovateľ poskytuje. Používateľ by mal pochopiť dôsledky súhlasu so spracúvaním na účely behaviorálnej reklamy, ktorý vedie k verzii s behaviorálnou reklamou, a výberu alternatívnej verzie. Používateľ by mal byť takisto schopný pochopiť dôsledky svojej voľby, pokiaľ ide o to, ktoré spracovateľské operácie sa vykonajú v každom prípade, a podrobnosti o poskytnutých alternatívnych možnostiach.

---

<sup>109</sup> Pozri aj odôvodnenia 36 a 37 aktu o digitálnych trhoch: V akte o digitálnych trhoch sa poskytuje usmernenie k podmienkam rovnocennosti služby, v ktorom sa uvádza, že „menej personalizovaná alternatíva by nemala byť iná alebo menej kvalitná v porovnaní so službou poskytovanou koncovým používateľom, ktorí poskytujú súhlas“. Hoci akt o digitálnych trhoch je neutrálny, pokiaľ ide o povahu „menej personalizovanej“ alternatívy, zásady v ňom uvedené sú v danom kontexte užitočné. Pozri aj oddiel 4.2.1.2 („Nepriaznivé následky“).

<sup>110</sup> Rozsudok Súdného dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*, bod 150.

<sup>111</sup> Tieto fázy môžu zahŕňať pozorovanie správania používateľa a získavanie osobných údajov potrebných na behaviorálnu reklamu.

<sup>112</sup> Pozri článok 5 bod 1 všeobecného nariadenia o ochrane údajov.

#### 4.2.1.4.2 „Prípadne za primeranú odmenu“

130. EDPB chce predovšetkým pripomenúť, že **osobné údaje nemožno považovať za komoditu, s ktorou možno obchodovať**<sup>113</sup>. Právo na ochranu údajov je okrem iného zakotvené v článku 8 Charty základných práv a je právom, ktoré sa vzťahuje na všetkých bez ohľadu na platobnú alebo finančnú situáciu.
131. Zatiaľ čo v anglickej verzii rozsudku Súdneho dvora sa uvádza, že používateľom, ktorí nedali súhlas, možno uložiť primeraný poplatok „if necessary“, v ostatných jazykových verziách sa pre tento prvok posúdenia používa odlišná terminológia. Napríklad vo francúzskej verzii sa používa pojem „le cas échéant“, zatiaľ čo v nemeckej verzii sa používa pojem „gegebenfalls“. EDPB sa domnieva, že na **uloženie poplatku by mali existovať určité okolnosti**, pričom by sa mali zohľadniť možné alternatívy behaviorálnej reklamy, ktoré zahŕňajú spracúvanie menšieho množstva osobných údajov, ako aj postavenie dotknutých osôb. Naznačujú to **slová „nevyhnutné“ a „primerané“**, ktoré by sa však nemali chápať tak, že sa vyžaduje, aby uloženie poplatku bolo „nevyhnutné“ v zmysle článku 52 ods. 1 charty a práva EÚ v oblasti ochrany údajov. Takéto znenie by sa malo chápať tak, aby bolo v súlade s rôznymi jazykovými verziami rozsudku.
132. Inými slovami, **prevádzkovatelia by mali v každom jednotlivom prípade posúdiť, či je poplatok vôbec primeraný a aká výška je za daných okolností primeraná, pričom by mali mať na pamäti požiadavky platného súhlasu podľa všeobecného nariadenia o ochrane údajov, ako aj potrebu zabrániť tomu, aby sa základné právo na ochranu údajov zmenilo na vlastnosť, za ktorú musia dotknuté osoby platiť, alebo na prémiovú funkciu vyhradenú pre bohatých alebo majetných**.
133. Hoci v rozsudku vo veci *Bundeskartellamt* sa nešpecifikujú prvky, o ktoré by sa malo opierať posúdenie primeranosti, EDPB pripomína, že otázka, čo predstavuje platný súhlas, je posúdením práva na ochranu údajov. To znamená, že **posúdenie platného súhlasu by malo vychádzať zo zásad ochrany údajov a cieľov, ktoré sa všeobecné nariadenie o ochrane údajov snaží splniť**.
134. Ak prevádzkovatelia ponúkajú platenú službu ako alternatívu k službe, ktorá zahŕňa behaviorálnu reklamu založenú na spracúvaní osobných údajov, na ktorú je potrebný súhlas, mali by okrem iného **zabezpečiť, aby poplatok nebránil dotknutým osobám odmietnuť súhlas ani aby sa necítili byť k súhlasu nútené**. Prevádzkovatelia by mali posúdiť, či **dotknutým osobám ponúkajú skutočnú možnosť voľby a či ich nenútiť k súhlasu**. Uloženie poplatku by malo rešpektovať **autonómiu** dotknutých osôb a dotknuté osoby by mali mať skutočnú možnosť voľby medzi súhlasom a nesúhlasom. Prevádzkovatelia by mali posúdiť, či poplatok za ich platenú verziu služby umožňuje dotknutým osobám platne poskytnúť súhlas so spracúvaním ich osobných údajov pre verziu služby, ktorá zahŕňa behaviorálnu reklamu.
135. Pri určovaní, či poplatok môže brániť dotknutej osobe v poskytnutí súhlasu, by prevádzkovatelia mali venovať osobitnú pozornosť zásadám ochrany údajov uvedeným v článku 5 všeobecného nariadenia o ochrane údajov. **Spravodlivosť** by mala byť hlavnou zásadou<sup>114</sup> pre určenie primeraného poplatku v danom prípade. Poskytnutie ďalších možností dotknutým osobám, ako sa uvádza v oddiele 4.2.1.1, uľahčuje odôvodnenie spravodlivosti poplatku uloženého za prístup k službe používateľom, ktorí neudelia súhlas, z dôvodu väčšej slobody výberu pre používateľov.
136. **Zásada zodpovednosti** uvedená v článku 5 ods. 2 všeobecného nariadenia o ochrane údajov je v tejto súvislosti kľúčová. Podniky si môžu slobodne stanoviť vlastné ceny a zvoliť si štruktúru svojich modelov príjmov, ale toto právo by malo byť vyvážené so základným právom jednotlivcov na ochranu ich

<sup>113</sup> Usmernenia EDPB k článku 6 ods. 1 písm. a) všeobecného nariadenia o ochrane údajov, bod 54; smernica 2019/770, odôvodnenie 24.

<sup>114</sup> V tejto súvislosti pozri usmernenia EDPB týkajúce sa článku 25 Špecificky navrhnutá a štandardná ochrana údajov, verzia 2.0, bod 70.

osobných údajov. Zásada zodpovednosti znamená, že prevádzkovatelia sú povinní zabezpečiť a zdokumentovať, že súhlas bol poskytnutý slobodne, ak účtujú poplatok za prístup k verzii služby, ktorá nezahŕňa behaviorálnu reklamu. Prevádzkovatelia by mali zdokumentovať svoje rozhodnutia a posúdenie, či je daný poplatok v konkrétnom prípade primeraný, aby preukázali, že uloženie poplatku účinne neohrozuje možnosť slobodne poskytnutého súhlasu v danej situácii.

137. Ako sa pripomína v bode 32, **dozorné orgány majú za úlohu presadzovať uplatňovanie všeobecného nariadenia o ochrane údajov vrátane požiadaviek na platný súhlas**. Môže sa to týkať aj vplyvu akéhokoľvek poplatku na slobodu voľby dotknutých osôb. Hoci je na prevádzkovateľoch, aby stanovili samotnú výšku poplatku, ak dozorné orgány zistia, že súhlas nebol poskytnutý slobodne alebo že nebola dodržaná zásada zodpovednosti, môžu zasiahnuť a uložiť nápravné opatrenia. V tomto ohľade sú kompetentné preskúmať alebo vyhodnotiť posúdenie primeranosti vykonané prevádzkovateľmi. Je na dozorných orgánoch, aby zistili, do akej miery je vhodné túto záležitosť prešetriť<sup>115</sup>.
138. EDPB zdôrazňuje, že presadzovanie všeobecného nariadenia o ochrane údajov je úlohou dozorných orgánov. Posúdenie toho, či je súhlas platný a slobodne poskytnutý, nie je úloha, ktorú možno zveriť niekomu inému. Existuje však mnoho okolností, za ktorých môžu mať dozorné orgány prospech z konzultácií s orgánmi v iných oblastiach práva, najmä vrátane orgánov na ochranu spotrebiteľa a hospodárskej súťaže, v súlade so zásadou lojálnej spolupráce podľa článku 4 ods. 3 Zmluvy o EÚ, ako nedávno zdôraznil Súdny dvor EÚ<sup>116</sup>. Ak je to vhodné, dozorné orgány sa môžu rozhodnúť konzultovať s takýmito orgánmi pri výkone svojich úloh. Konzultácie s takýmito orgánmi môžu byť zo zákona povinné, ak dozorné orgány uplatňujú alebo vykladajú oblasti práva EÚ, ktoré podliehajú dohľadu iných orgánov.

#### 4.2.1.5 Podrobnosť údajov

139. Ďalšia podmienka slobodne poskytnutého súhlasu sa týka podrobnosti údajov. Podrobnosť údajov je kľúčovým prvkom pri posudzovaní, či sú účely dostatočne oddelené. Pri predložení modelu „súhlas alebo platba“ by dotknuté osoby mali mať možnosť slobodnej voľby, s ktorým účelom súhlasia, namiesto toho, aby museli poskytovať súhlas so spracúvaním údajov na celý súbor rôznych účelov. Odkaz na podrobnosť údajov vo všeobecnom nariadení o ochrane údajov možno nájsť v odôvodnení 43 všeobecného nariadenia o ochrane údajov, v ktorom sa objasňuje, že súhlas sa nepovažuje za poskytnutý slobodne, ak žiadosť o súhlas neumožňuje dotknutým osobám poskytnúť samostatný súhlas na rôzne účely spracúvania<sup>117</sup>. Podrobnosť údajov úzko súvisí s požiadavkou, aby bol súhlas konkrétny, ako sa ďalej uvádza v oddiele 4.2.3<sup>118</sup>. Ako už EDPB uviedol, „keď sa spracúvanie údajov vykonáva na viaceré účely, riešenie vedúce k splneniu podmienok platného súhlasu spočíva v podrobnosti, t. j. v oddelení týchto účelov a získaní súhlasu pre každý účel“<sup>119</sup>.

<sup>115</sup> Pozri článok 57 ods. 1 písm. f) všeobecného nariadenia o ochrane údajov, ktorý je relevantný aj pre vyšetrovania *ex officio*.

<sup>116</sup> Rozsudok Súdneho dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*, bod 53: „Na základe tejto zásady sa podľa ustálenej judikatúry v oblastiach, na ktoré sa vzťahuje právo Únie, členské štáty vrátane ich správnych orgánov musia vzájomne rešpektovať a vzájomne si pomáhať pri vykonávaní úloh, ktoré vyplývajú zo Zmlúv, prijať všetky opatrenia potrebné na zabezpečenie plnenia záväzkov vyplývajúcich najmä z aktov inštitúcií Únie, ako aj neprijať nijaké opatrenie, ktoré by mohlo ohroziť dosiahnutie cieľov Únie.“

<sup>117</sup> V odôvodnení 32 GDPR sa uvádza: „Súhlas by sa mal vzťahovať na všetky spracovateľské činnosti vykonávané na ten istý účel alebo účely. Ak sa spracúvanie vykonáva na viaceré účely, súhlas by sa mal udeliť na všetky tieto účely.“

<sup>118</sup> Pozri usmernenia EDPB k súhlasu, body 42 a 55.

<sup>119</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 44.



140. Podrobnosť súhlasu v súvislosti so behaviorálnou reklamou veľkých online platforiem si zaslúži osobitnú pozornosť, pretože komplexná dynamika predstavuje značné výzvy. V tejto súvislosti treba poznamenať, že online platformy, ktoré sa zaoberajú behaviorálnou reklamou, využívajú technicky vyspelú infraštruktúru, ktorá je často súčasťou digitálneho ekosystému, v ktorom sa viaceré údaje pochádzajúce z rôznych zdrojov pravdepodobne kombinujú, analyzujú a môžu byť predmetom obchodovania v reálnom čase. Vzhľadom na túto rozdielnu dynamiku nemôžu prevádzkovatelia poskytnúť dotknutým osobám všeobecný súhlas na rôzne účely, napr. personalizáciu obsahu, personalizáciu reklám, rozvoj služieb, zlepšenie služieb, meranie cieľovej skupiny. EDPB v tomto duchu pripomína, že dotknuté osoby by mali mať možnosť slobodne si vybrať účel, ktorý akceptujú, a nie byť konfrontované s jednou žiadosťou o súhlas, ktorá spája niekoľko účelov. V tejto súvislosti by sa mal klásť dôraz na rozlišovanie účelov súvisiacich s funkčnosťou služby od účelov behaviorálnej reklamy a súvisiacich spracovateľských operácií<sup>120</sup>. Úvahy uvedené v tejto súvislosti v oddieloch 4.2.2 a 4.2.3 o informovanom a konkrétnom súhlase sú relevantné aj v tomto prípade.

#### 4.2.2 Informovaný súhlas

141. Výslovnú zmienku o informovanom súhlase možno nájsť v odôvodnení 42 všeobecného nariadenia o ochrane údajov: „Aby sa zaistilo, že súhlas bude informovaný, dotknutá osoba by si mala byť vedomá aspoň identity prevádzkovateľa a zamýšľaných účelov spracúvania osobných údajov.“
142. Poskytovanie informácií dotknutým osobám **pred získaním ich súhlasu** je veľmi dôležité, pretože im umožňuje prijať informované rozhodnutia a pochopiť, s čím súhlasia. Ak prevádzkovateľ neposkytne prístupné informácie, kontrola používateľa sa stáva iluzórnou a súhlas bude neplatný.
143. Preto je potrebné informovať dotknutú osobu o určitých prvkoch, ktoré sú veľmi dôležité na prijatie skutočného rozhodnutia. V závislosti od súvislostí môže byť potrebných viac informácií, ktoré umožnia dotknutej osobe **skutočne pochopiť** dané **spracovateľské operácie**<sup>121</sup>.
144. Keďže podmienka informovaného súhlasu súvisí aj so zastrešujúcimi zásadami, ako je transparentnosť, spravodlivosť a zodpovednosť, pri posudzovaní modelov „súhlas alebo platba“ (pozri oddiel 4.1 vyššie) je potrebné tieto zásady zohľadniť. Okrem toho, keďže podmienky informovaného a osobitného súhlasu sa týkajú úrovne a kvality informácií, ktoré sa majú poskytnúť dotknutej osobe, oddiel 4.2.2 a oddiel 4.2.3 tohto stanoviska by sa mali chápať ako vzájomne sa dopĺňajúce.

##### 4.2.2.1 Požiadavky na informovaný súhlas

145. V kontexte modelov „súhlas alebo platba“ by veľké online platformy mali určiť, aké informácie by sa mali poskytovať dotknutým osobám o spracúvaní ich osobných údajov na účely behaviorálnej reklamy. Prevádzkovatelia majú vo všeobecnosti v rámci zásady zodpovednosti povinnosť vytvoriť a zdokumentovať informačný proces, ktorý dotknutým osobám umožní úplne a jasne pochopiť hodnotu, rozsah a dôsledky ich možných rozhodnutí.

---

<sup>120</sup> Takýto účel sa môže týkať aj technických spracovateľských operácií, ktoré sú neoddeliteľne spojené s účelom reklamy, ako je napríklad obmedzenie frekvencie alebo meranie účinnosti reklamných kampaní. Pozri odpoveď EDPB na iniciatívu Komisie týkajúcu sa dobrovoľného záväzku podnikov zjednodušiť správu súborov cookie a personalizovaných reklamných volieb zo strany spotrebiteľov, s. 7 prílohy.

<sup>121</sup> EDPB poznamenáva, že Súdny dvor EÚ vydal rozsudok, v ktorom sa uvádza, že takáto informácia „musí uvedenej osobe umožniť jednoducho určiť následky súhlasu“ a „zabezpečiť, že bude poskytnutý informovaný súhlas“. Rozsudok Súdného dvora Európskej únie z 11. novembra 2020 vo veci *Orange Romania/Autoritatea Națională de Supraveghere a Prelucrării Datelor cu Caracter Personal (ANSPDCP)*, C-61/19, ECLI:EU:C:2020:901, bod 40.



146. Tým, že sa v odôvodnení 42 všeobecného nariadenia o ochrane údajov používa pojem „aspoň“, sa nestanovuje úplný zoznam informácií, ktoré sa majú dotknutej osobe poskytnúť na zabezpečenie informovaného súhlasu. Minimálnymi požiadavkami sú totožnosť prevádzkovateľa a opis účelov spracovateľských činností. Takéto požiadavky sa upravujú individuálne v závislosti od spracovateľských činností, ktoré plánuje prevádzkovateľ<sup>122</sup>.
147. Formuláciou „dotknutá osoba by si mala byť vedomá“ sa stanovuje zodpovednosť prevádzkovateľov za to, aby sa uistili, že používatelia chápu, aké spracúvanie údajov bude prevádzkovateľ vykonávať, keď začnú používať službu. To zahŕňa povinnosť informovať používateľov o spracovateľských činnostiach, ktoré prebiehajú v pozadí a o ktorých nemusia vedieť. Ak sa príslušné informácie neposkytnú, môže dôjsť k informačnej nerovnováhe a dotknuté osoby nemusia byť schopné predvídať spôsob, akým sa budú ich osobné údaje spracúvať<sup>123</sup>. Veľké online platformy by mali zabezpečiť, aby dotknuté osoby jasne chápali činnosti spracovania a všetky zmeny, ktoré ich ovplyvňujú, napríklad keď takáto platforma prejde na model „súhlas alebo platba“.
148. V súvislosti s behaviorálnou reklamou je dôležité poskytovať dostatočne podrobné informácie, aby dotknuté osoby mohli pochopiť, s ktorými aspektmi služby súhlasia, a zároveň si ponechať možnosť nesúhlasiť s inými. Požiadavkou na platný súhlas sú podrobné informácie umožňujúce dotknutým osobám rozlišovať medzi rôznymi účelmi spracúvania. V tejto súvislosti by veľké online platformy nemali od dotknutých osôb vyžadovať súhlas so spracúvaním údajov, ktorého účel nie je vhodne vymedzený alebo je nejednoznačný. Dotknutej osobe by napríklad malo byť jasné, na aké účely sa jej údaje získavajú, aké údaje sa na jednotlivé účely získavajú a prečo<sup>124</sup>. Veľké online platformy by nemali definovať účel spracovateľskej činnosti príliš široko, aby dotknutá osoba pochopila dôsledky svojej voľby (napr. „komerčné účely“ alebo „personalizácia“). V tejto súvislosti sú relevantné aj úvahy uvedené v oddiele 4.2.3 o požiadavkách na konkrétny súhlas.
149. Veľké online platformy by mali spravodlivo a úplne opísať účel, na ktorý sa súhlas získava. Napríklad veľké online platformy nesmú obmedziť opis účelu spracúvania na výhody, ktoré poskytuje dotknutým osobám (napríklad osobnejšia skúsenosť), ak má pre ne takéto spracúvanie aj iné dôsledky (napríklad profilovanie, rušivé sledovanie...).
150. V kontexte modelov „súhlas alebo platba“ musia byť možnosti, ktoré sa dotknutým osobám ponúkajú, v súlade s informáciami, ktoré sa im poskytujú. Dotknutej osobe musí byť jasné, za čo presne bude platiť poplatok a ako to ovplyvní príslušné spracúvanie údajov. Ak sa poskytujú informácie o obchodných modeloch prevádzkovateľa v každej z možností, tieto informácie by nemali nahrádzať informácie o spracúvaní osobných údajov.
151. Okrem toho behaviorálna reklama nevyhnutne súvisí s profilovaním online aktivít dotknutej osoby a často zahŕňa použitie osobných údajov nepriamo obdržaných od dotknutej osoby. Proces profilovania pozostáva z často neprehľadných interakcií a výmeny údajov medzi prevádzkovateľom a tretími stranami. Táto neprehľadnosť sa môže vyskytnúť napríklad pri krížovom využívaní údajov na platforme a mimo nej. Veľké

---

<sup>122</sup> Pokiaľ ide o minimálne obsahové požiadavky na súhlas, aby bol „informovaný“, pozri oddiel 3.3.1. v usmerneniach EDPB k súhlasu.

<sup>123</sup> V tejto súvislosti EDPB poznamenáva, že v článku 7 ods. 1 a 2 smernice o nekalých obchodných praktikách (smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu, Ú. v. EÚ C 526, 29. decembra 2021, s. 1 – 129) sa stanovuje povinnosť spoločností poskytovať všetky informácie, ktoré priemerný spotrebiteľ potrebuje na prijatie informovaného rozhodnutia.

<sup>124</sup> Pozri Minimálne obsahové požiadavky na súhlas, aby bol „informovaný“ v usmerneniach EDPB k súhlasu, body 64 a 65.

online platformy môžu spracúvať osobné údaje získané na svojej platforme aj mimo nej na účely profilovania. Prevádzkovatelia sú zodpovední za to, aby sa uistili, že dotknuté osoby rozumejú technikám využívaným v procesoch profilovania<sup>125</sup>. V tejto súvislosti sa v odôvodnení 60 všeobecného nariadenia o ochrane údajov uvádza, že poskytovanie informácií o profilovaní je súčasťou povinností prevádzkovateľa v oblasti transparentnosti podľa článku 5 ods. 1 písm. a) všeobecného nariadenia o ochrane údajov.

152. Prevádzkovatelia by mali poskytnúť príslušné informácie o každej verzii služby, ktorú ponúkajú, vrátane prípadov, keď sa v prípade jednej alebo viacerých z nich nevyžaduje súhlas na účely behaviorálnej reklamy. To platí aj pre bezplatnú alternatívu bez behaviorálnej reklamy (pozri oddiel 4.2.1.1). Prevádzkovateľ by mal transparentne uviesť právny základ, na ktorý sa pri spracúvaní osobných údajov dotknutých osôb odvoláva v každej z možností.
153. Veľké online platformy by mali pri poskytovaní informácií dotknutým osobám zohľadniť najmä tieto body:
- v relevantnom prípade príjemcovia alebo kategórie príjemcov osobných údajov;
  - v relevantnom prípade skutočnosť, že prevádzkovateľ má v úmysle preniesť osobné údaje do tretej krajiny, a obdobie, počas ktorého budú osobné údaje uložené;
  - získavanie a spracúvanie údajov prevádzkovateľom bez ohľadu na to, či sa dotknutá osoba rozhodla súhlasiť s behaviorálnou reklamou;
  - právo dotknutej osoby kedykoľvek odvolať svoj súhlas a jeho dôsledky a
  - kombinácia alebo krížové využívanie údajov, čo znamená, či a do akej miery sa údaje spájajú s údajmi získanými inými službami (toho istého prevádzkovateľa) a s údajmi získanými inými prevádzkovateľmi.

#### 4.2.2.2 Ako poskytovať informácie

##### 4.2.2.2.1 Čas a zobrazenie komunikácie

154. Veľké online platformy by mali pred začatím spracúvania údajov na účely behaviorálnej reklamy poskytnúť úplné informácie. Môžu napríklad uviesť krátke zhrnutie rozdielov medzi jednotlivými možnosťami ponúkanými v modeli „súhlas alebo platba“ a potom poskytnúť úplné a podrobné informácie o každej možnosti osobitne prostredníctvom samostatných tlačidiel pre každú možnosť.
155. Odporúčania uvedené v usmerneniach EDPB ku klamlivým dizajnovým vzorcom v rozhraniach platforiem sociálnych médií sú relevantné na vymedzenie spôsobu, akým by sa informácie mali oznamovať dotknutým osobám<sup>126</sup>. Okrem toho by sa dotknutým osobám mal poskytnúť dostatočný čas na to, aby si osvojili informácie, ktoré dostali<sup>127</sup>.

---

<sup>125</sup> Pracovná skupina zriadená podľa článku 29, WP251 rev. 1, 3. októbra 2017, Usmernenia k automatizovanému individuálnemu rozhodovaniu a profilovaniu na účely nariadenia 2016/679, naposledy revidované a prijaté 6. februára 2018, schválené EDPB 25. mája 2018 (ďalej len „usmernenia pracovnej skupiny zriadenej podľa článku 29 k automatizovanému individuálnemu rozhodovaniu“), s. 9.

<sup>126</sup> Usmernenia EDPB ku klamlivým dizajnovým vzorcom.

<sup>127</sup> V tejto súvislosti pozri aj usmernenia EDPB ku klamlivým dizajnovým vzorcom, body 43 – 48.

#### 4.2.2.2 Požiadavky na transparentnosť

156. Usmernenia k transparentnosti podľa všeobecného nariadenia o ochrane údajov by mali zohľadniť veľké online platformy, ktoré uplatňujú model „súhlas alebo platba“<sup>128</sup>.
157. Pokiaľ ide o jazyk použitý na poskytnutie informácií, prvky „stručný“ a „formulované jasne a jednoducho“ si vyžadujú, aby prevádzkovateľ prispôbil jazyk dotknutým osobám<sup>129</sup>. To znamená, že informácie by sa cieľovej skupine mali poskytovať jasným a zrozumiteľným spôsobom.
158. Aby prevádzkovateľ splnil tieto požiadavky na transparentnosť, mal by posúdiť, akej cieľovej skupine slúži. Prevádzkovatelia by po identifikácii svojej cieľovej skupiny mali určiť, aký jazyk a komunikačný prístup je vhodný. Tým by mali zabezpečiť, aby ich cieľová skupina rozumela službe a tomu, ako používanie služby ovplyvňuje jej osobné údaje.
159. V použítom znení sa jasne uvedú dôsledky voľby dotknutej osoby na spracúvanie jej osobných údajov<sup>130</sup>. Prevádzkovateľ musí napríklad dotknutej osobe vysvetliť nielen to, že jej voľba určí prítomnosť alebo neprítomnosť reklamy, ale aj to, že jej voľba určí, či a v akom rozsahu bude prevádzkovateľ spracúvať osobné údaje na účely behaviorálnej reklamy.
160. Prevádzkovatelia môžu používať rôzne informačné kanály v závislosti od typu poskytovanej online platformy. Informácie sa dotknutým osobám môžu poskytovať napríklad prostredníctvom videí, ktoré vysvetľujú rozdiely medzi alternatívami, alebo interaktívnych stránok s príkladmi, ako bude služba vyzeráť v rámci rôznych možností. Prevádzkovatelia môžu zväžiť vykonanie používateľských testov s cieľom určiť najvhodnejší informačný kanál.

#### 4.2.3 Konkrétny súhlas

161. V článku 6 ods. 1 písm. a) všeobecného nariadenia o ochrane údajov sa uvádza, že súhlas musí byť poskytnutý na „jeden alebo viaceré konkrétne“ účely. Požiadavka, že súhlas musí byť „konkrétny“, úzko súvisí s požiadavkou, že súhlas musí byť aj „informovaný“ a „podrobný“. Aby bol súhlas konkrétny, veľké online platformy by mali vymedziť konkrétny, výslovný a legitímny účel spracovateľských činností, na ktoré sa súhlas získava, a poskytnúť dotknutým osobám dostatočné informácie o takýchto spracovateľských činnostiach<sup>131</sup>. Treba sa vyhnúť postupnému rozširovaniu alebo znejasňovaniu účelu (tzv. využívanie na neplánované účely [function creep]), pretože by to narušilo a poprelo zásadu obmedzenia účelu<sup>132</sup>.
162. Vzhľadom na komplexný systém činností spracúvania údajov, ktoré sa skrývajú za behaviorálnou reklamou, by veľké online platformy mali presne definovať a vymedziť účely svojich spracovateľských činností. Účely behaviorálnej reklamy musí prevádzkovateľ prezentovať tak, aby používateľ mohol

---

<sup>128</sup> Pracovná skupina zriadená podľa článku 29, WP260 rev. 01, Usmernenia k transparentnosti podľa nariadenia 2016/679, prijaté 29. novembra 2017, naposledy revidované a prijaté 11. apríla 2018, schválené EDPB 25. mája 2018 (ďalej len „usmernenia pracovnej skupiny zriadenej podľa článku 29 k transparentnosti“).

<sup>129</sup> Usmernenia pracovnej skupiny zriadenej podľa článku 29 k transparentnosti, bod 13, v ktorom sa uvádza, že „preklad do jedného alebo viacerých ďalších jazykov by sa mal poskytnúť, keď sa prevádzkovateľ zacieluje na dotknuté osoby hovoriace týmito jazykmi“.

<sup>130</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 70.

<sup>131</sup> Pozri aj odôvodnenie 28, v ktorom sa uvádza, že účely „musia byť stanovené v dobe zberu údajov“. Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 56.

<sup>132</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 56.

pochopiť, ktoré spracovateľské činnosti sa vykonávajú na jednotlivé účely, a rozhodnúť sa, či poskytne svoj súhlas<sup>133</sup>.

163. Veľké online platformy by mali v každom jednotlivom prípade posúdiť a zdokumentovať, či poskytovanie behaviorálnej reklamy znamená, že spracúvajú osobné údaje na rôzne účely, a vyžadovať na tieto účely samostatný súhlas<sup>134</sup>. Naopak, pri technických procesoch, ktoré môžu byť neoddeliteľne spojené s jedným účelom, sa nemusí vyžadovať samostatný súhlas<sup>135</sup>. Mali by sa zohľadniť aj úvahy uvedené v oddiele 4.2.1.5 (o podrobnosti údajov) a v oddiele 4.2.2 (o informovanom súhlase).

#### 4.2.4 Jednoznačný prejav vôle

164. Aby bol súhlas platný podľa článku 4 ods. 11 všeobecného nariadenia o ochrane údajov, musí byť okrem iného jednoznačným „prejavom vôle dotknutej osoby, ktorým formou vyhlásenia alebo jednoznačného potvrdzujúceho úkonu vyjadruje súhlas so spracúvaním osobných údajov, ktoré sa jej týka“<sup>136</sup>. To znamená, že musí byť zrejmé, že dotknutá osoba poskytla svoj súhlas s konkrétnym spracúvaním údajov<sup>137</sup>.
165. Prevádzkovatelia by mali pozorne navrhnúť spôsob, akým sa od dotknutých osôb žiada, aby poskytli svoj súhlas, najmä ak majú v úmysle získavať súhlas na iné účely ako na účely behaviorálnej reklamy (napríklad na zlepšenie služieb alebo personalizáciu obsahu). Vo všeobecnosti nemožno usudzovať, že dotknuté osoby jednoznačne súhlasia so všetkými účelmi s jedným úkonom, ak by bolo vhodné, aby dotknuté osoby mohli vyjadriť podrobnejšie preferencie.
166. V kontexte modelov „súhlas alebo platba“ sa od používateľov vyžaduje, aby poskytli súhlas s určitými spracovateľskými činnosťami, aby mali prístup k službe bez zaplatenia poplatku. Ak používateľ poskytne súhlas so spracovateľskými činnosťami, ktoré umožňujú bezplatný prístup k službe, malo by sa usudzovať, že používateľ poskytuje súhlas len s týmito spracovateľskými činnosťami, pričom treba mať na pamäti požiadavky, aby bol súhlas „konkrétny“. Aby sa súhlas považoval za jasne poskytnutý na iné účely, tieto účely by si mal aktívne vybrať používateľ.
167. Ďalším aspektom, ktorý je dôležitý pre existenciu jednoznačného prejavu vôle, je, aby používateľ nebol vystavený klamlivým dizajnovým vzorcom a aby boli rôzne možnosti prezentované rovnocenne. V tejto súvislosti EDPB pripomína aj svoje usmernenia ku klamlivým dizajnovým vzorcom v rozhraniach platforiem sociálnych médií<sup>138</sup>.

---

<sup>133</sup> Pozri stanovisko č. 3/2013 pracovnej skupiny zriadenej podľa článku 29 k obmedzeniu účelu (WP 203), s. 16: „Z týchto dôvodov spravidla nebude účel, ktorý je vágny alebo všeobecný, napríklad ‚zlepšenie používateľskej skúsenosti‘, ‚marketingové účely‘, ‚účely zabezpečenia informačných technológií‘ alebo ‚budúci výskum‘ (bez podrobnejších informácií) spĺňať kritériá ‚konkrétnosti‘.“

<sup>134</sup> Pozri napríklad rozsudok Súdneho dvora EÚ vo veci *Bundeskartellamt*, bod 151: „je [...] primerané, aby mohol byť udelený samostatný súhlas na spracúvanie jednak týchto posledných uvedených údajov a jednak údajov *off* Facebook.“

<sup>135</sup> Odpoveď EDPB na iniciatívu Komisie týkajúcu sa dobrovoľného záväzku podnikov zjednodušiť správu súborov cookie a personalizovaných reklamných volieb zo strany spotrebiteľov, s. 7 (kde je uvedené: „Ak používateľ súhlasí s prístupom alebo ukladaním informácií vo svojom koncovom zariadení na presne opísaný reklamný účel, môže sa tento účel týkať technických spracovateľských operácií, ktoré sú neoddeliteľne spojené s reklamným účelom, ako je napríklad používanie súborov cookie na obmedzenie frekvencie alebo meranie účinnosti reklamných kampaní. Takéto technické spracovateľské operácie môžu zahŕňať prístup k informáciám alebo ich uchovávanie v koncovom zariadení“).

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

<sup>137</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 75.

<sup>138</sup> Usmernenia EDPB ku klamlivým dizajnovým vzorcom.

168. Pri modeloch „súhlas alebo platba“ je napríklad dôležité mať na pamäti, že používatelia môžu byť zavádzaní, aby udelili svoj súhlas, ak prevádzkovatelia poskytujú nejednoznačné informácie. Je to tak v prípade, ak sa súhlas získava prostredníctvom formulácií ako „jednoducho pokračovať“ alebo „pokračovať bez platby“<sup>139</sup>. V týchto prípadoch sa neplatenie zdôrazňuje takým spôsobom, že nie je jasné, či voľba bezplatnej možnosti znamená súhlas<sup>140</sup>. Aby sa zabezpečil jednoznačný prejav vôle, mali by byť otázky formulované presne a transparentne a súhlas so spracúvaním osobných údajov by sa nemal prezentovať len ako možnosť vyhnúť sa plateniu poplatku.

## 4.3 Dodatočné prvky

### 4.3.1 Odvolanie súhlasu

169. V článku 7 ods. 3 všeobecného nariadenia o ochrane údajov sa uvádza, že dotknutá osoba má právo kedykoľvek odvolať svoj súhlas. Okrem toho podľa článku 7 ods. 3 všeobecného nariadenia o ochrane údajov „odvolanie súhlasu musí byť také jednoduché ako jeho poskytnutie“<sup>141</sup>. Požiadavka jednoduchého odvolania súhlasu je vo všeobecnom nariadení o ochrane údajov opísaná ako nevyhnutný aspekt platného súhlasu<sup>142</sup>. Na realizáciu týchto požiadaviek neexistuje žiadne konkrétne riešenie. Preto je vo všeobecnosti potrebné v každom jednotlivom prípade preskúmať, či je poskytnutá ľahko dostupná možnosť odvolania súhlasu, ktorá spĺňa právne požiadavky<sup>143</sup>. Závisí to aj od toho, či je možnosť odvolania súhlasu jasne a zreteľne rozpoznateľná a či nie je prezentovaná zavádzajúcim alebo manipulatívnym spôsobom<sup>144</sup>.
170. Prevádzkovateľ musí povinne informovať dotknutú osobu o práve odvolať súhlas pred tým, ako sa súhlas skutočne udelí<sup>145</sup>. Prevádzkovateľ musí takisto informovať dotknuté osoby o tom, ako možno toto právo uplatniť<sup>146</sup>.
171. Dotknuté osoby by mali mať možnosť odvolať svoj súhlas bez nepriaznivých následkov<sup>147</sup>. Je dôležité poznamenať, že ak dotknutá osoba zaznamená pri odvolaní súhlasu nepriaznivé následky, možno dospieť k záveru, že súhlas nebol nikdy platne získaný a prevádzkovateľ je povinný vymazať všetky osobné údaje o používateľovi, ktoré boli získané na základe takéhoto neplatného súhlasu<sup>148</sup>.
172. V súvislosti s modelmi „súhlas alebo platba“, ktoré sa majú posudzovať, je potrebné najprv rozlišovať medzi uplatnením práva na odvolanie súhlasu ako takým a želaním používateľa pokračovať v používaní služby po odvolaní súhlasu. Je dôležité, aby sa poskytli transparentné a jasne rozpoznateľné informácie o tom, ako možno uplatniť právo na odvolanie súhlasu, aby sa predišlo dojmu, že odvolanie súhlasu automaticky vedie k vstupu do platného predplatného. V takýchto prípadoch bude mať uplatnenie

<sup>139</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 84.

<sup>140</sup> Pozri usmernenia EDPB ku klamlivým dizajnovým vzorcom, príloha I, kontrolný zoznam 4.6.2.

<sup>141</sup> Nemusí k tomu dôjsť vždy tým istým úkonom, ale keď sa súhlas získa elektronickými prostriedkami jediným kliknutím myšou, posunom alebo stlačením klávesu, dotknuté osoby musia mať v praxi možnosť odvolať svoj súhlas rovnako jednoducho. Usmernenia EDPB k súhlasu, body 113 – 114.

<sup>142</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 116.

<sup>143</sup> Pozri správu o práci pracovnej skupiny EDPB pre zablokovanie súborov cookie, bod 35.

<sup>144</sup> Pozri aj odôvodnenie 37 aktu o digitálnych trhoch. „A napokon odvolanie súhlasu by malo byť rovnako ľahké ako jeho udelenie. Strážcovia prístupu by nemali navrhovať, organizovať ani prevádzkovať svoje online rozhrania tak, aby zavádzali, manipulovali alebo inak podstatne narúšali alebo obmedzovali schopnosť koncových používateľov slobodne udeliť súhlas.“

<sup>145</sup> Článok 7 ods. 3 všeobecného nariadenia o ochrane údajov.

<sup>146</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 116.

<sup>147</sup> Odôvodnenie 42 všeobecného nariadenia o ochrane údajov, usmernenia EDPB k súhlasu, body 46 a 114.

<sup>148</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 49.

práva na odvolanie súhlasu za následok, že používateľ bude opäť postavený pred voľbu, či poskytne súhlas so spracovaním na účely behaviorálnej reklamy alebo si zaplatí platené predplatné (alebo si vyberie bezplatnú alternatívu bez behaviorálnej reklamy, ak je ponúkaná). Na tento dôsledok by sa malo odpovedať rovnako ako na všeobecnú otázku, či v prípade modelov „súhlas alebo platba“ možno urobiť slobodnú voľbu. Štandard na určenie, či ide o nepriaznivé následky, sa preto uvádza vo vysvetleniach v rámci oddielu 4.2.1.2 („Nepriaznivé následky“). Ak sa v jednotlivom prípade posúdi, že je možné urobiť slobodnú voľbu, malo by to platiť aj pre odvolanie súhlasu, pretože inak by to vždy viedlo k neplatnosti súhlasu.

173. Bez ohľadu na to by malo byť jasné, že rozhodnutie používateľa predplatiť si platenú verziu služby, keď pôvodne poskytol svoj súhlas so spracúvaním na účely behaviorálnej reklamy, predstavuje odvolanie jeho súhlasu. Naopak, ukončenie plateného predplatného sa nerovná udeleniu súhlasu.
174. S cieľom posúdiť, či právo na odvolanie súhlasu spĺňa požiadavky všeobecného nariadenia o ochrane údajov, by sa mali zväziť aj dôsledky uplatnenia práva na odvolanie súhlasu. V usmerneniach EDPB k súhlasu sa vysvetľuje, že všeobecným pravidlom je, že ak sa súhlas odvolá, všetky operácie spracúvania, ktoré boli založené na súhlase a boli vykonávané pred odvolaním súhlasu a v súlade so všeobecným nariadením o ochrane údajov, zostávajú zákonné, ale prevádzkovateľ musí zastaviť súvisiace spracovateľské operácie<sup>149</sup>. Ak neexistuje žiadny iný právny základ odôvodňujúci spracúvanie údajov vrátane ďalšieho uchovávanía, prevádzkovateľ by mal údaje vymazať<sup>150</sup>.
175. Odvolanie súhlasu so spracúvaním na účely behaviorálnej reklamy by preto malo viesť k ukončeniu všetkých spracovateľských činností, ktoré sú povolené na základe súhlasu dotknutej osoby. To sa netýka len ukladania údajov a/alebo prístupu k nim v koncovom zariadení na účely behaviorálnej reklamy, ale aj následného spracúvania údajov získaných na takéto účely (napr. ak sa tieto údaje ďalej poskytujú tretím stranám). Je to dôležité najmä v prípadoch, keď prevádzkovateľ využíva veľkú reklamnú sieť na cielenie jednotlivcov a ich sledovanie na viacerých webových sídlach.
176. Závery Súdneho dvora EÚ v rozsudku vo veci *Proximus*<sup>151</sup> sa uplatňujú aj v kontexte behaviorálnej reklamy, najmä v rámci používania online marketingových metód, ako je napríklad ponúkanie cien v reálnom čase. Bolo by aj v rozpore so zásadou, že odvolanie súhlasu je rovnako jednoduché ako udelenie súhlasu, ak by používateľ musel sám uplatniť svoje právo na odvolanie súhlasu voči každému zúčastnenému prevádzkovateľovi, pričom súhlas možno všetkým udeliť jedným kliknutím. Okrem toho, najmä pri vytváraní a obohacovaní profilov používateľov, ktoré sa používajú na behaviorálnu reklamu, by sa profily mali po odvolaní súhlasu vymazať a nemali by sa spracúvať, a to ani na iný účel založený na inom právnom základe, s výnimkou prípadov, keď sa osobné údaje spracúvajú na iný účel, ktorý má od začiatku platný právny základ.

---

<sup>149</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 117;

<sup>150</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 117.

<sup>151</sup> Súdny dvor EÚ, rozsudok vo veci C-129/21, *Proximus NV/Gegevensbeschermingsautoriteit*, ECLI:EU:C:2022:833. V rozsudku vo veci *Proximus* Súdny dvor EÚ uviedol, že ak jednotliví prevádzkovatelia vychádzajú z jediného súhlasu dotknutej osoby, stačí, aby sa z dôvodu odvolania takého súhlasu dotknutá osoba obrátila na ktoréhokoľvek z prevádzkovateľov (bod 84). Súdny dvor EÚ ďalej uvádza: „[...] na zabezpečenie účinnosti práva na odvolanie súhlasu [...] a na zabezpečenie toho, aby sa súhlas dotknutej osoby striktnie vzťahoval na ten účel, na ktorý bol udelený, je prevádzkovateľ, v rámci ktorému dotknutá osoba odvolala súhlas so spracovaním svojich osobných údajov, skutočne povinný informovať o tomto odvolaní každú osobu, ktorá mu takéto údaje poskytla, ako aj osobu, ktorej on tieto údaje ďalej poskytol. Takto informovaní prevádzkovatelia následne majú povinnosť poskytnúť tieto informácie ostatným prevádzkovateľom, ktorým tieto údaje oznámili“ (bod 85).

### 4.3.2 Obnovenie súhlasu

177. Vo všeobecnom nariadení o ochrane údajov sa nestanovuje konkrétna lehota, ako často by sa mal súhlas obnovovať, ani to, ako dlho možno súhlas považovať za vyjadrenie vôle dotknutej osoby. Prevádzkovatelia by mali toto posúdenie vykonávať individuálne.

EDPB vo svojich usmerneniach uviedol kritériá, ktoré by mohli byť pre prevádzkovateľov usmernením pri určovaní dĺžky trvania súhlasu, vrátane kontextu, rozsahu pôvodného súhlasu a očakávaní dotknutej osoby<sup>152</sup>. Pri takomto posudzovaní by sa mohli zohľadniť ustanovenia uvedené v iných právnych predpisoch EÚ v závislosti od konkrétnych okolností každého prípadu, napríklad ustanovenia článku 5 ods. 2 aktu o digitálnych trhoch.

178. V súvislosti s behaviorálnou reklamou sa vzhľadom na rušivosť spracúvania javí ako vhodné obmedzené obdobie platnosti súhlasu, napríklad jeden rok<sup>153</sup>.

## 5 ZÁVERY

179. V súvislosti s modelmi „súhlas alebo platba“, ktoré prevádzkujú veľké online platformy, EDPB zdôrazňuje, že je potrebné, aby prevádzkovatelia dodržiavali všetky požiadavky všeobecného nariadenia o ochrane údajov, najmä požiadavky na platný súhlas, ako sa uvádza v tomto stanovisku, a zároveň posudzovali osobitosti každého prípadu.

Je potrebné dospieť k záveru, že vo väčšine prípadov nebude pre veľké online platformy možné splniť požiadavky na platný súhlas, ak budú používateľov konfrontovať len s binárnou voľbou medzi súhlasom so spracovaním osobných údajov na účely behaviorálnej reklamy a zaplatením poplatku.

180. EDPB pripomína, že osobné údaje nemožno považovať za komoditu, s ktorou možno obchodovať, a veľké online platformy by mali mať na pamäti potrebu zabrániť tomu, aby sa základné právo na ochranu údajov zmenilo na funkciu, za ktorú musia dotknuté osoby platiť. Ponuka (len) platenej alternatívy služby, ktorá zahŕňa spracúvanie na účely behaviorálnej reklamy, by preto nemala byť pre prevádzkovateľov štandardnou cestou. Naopak, pri vývoji alternatívy k verzii služby s behaviorálnou reklamou by veľké online platformy mali zvážiť, že dotknutým osobám poskytnú „rovnocennú alternatívu“, ktorá si nevyžaduje zaplatenie poplatku (napríklad vrátane inej formy reklamy, ktorá nie je behaviorálnou reklamou).

181. Ak sa rozhodnú poskytnúť dotknutým osobám „rovnocennú alternatívu“, ktorá zahŕňa platbu poplatku s cieľom zabezpečiť skutočnú možnosť voľby a vyhnúť sa tomu, aby používatelia boli postavení pred binárnu voľbu medzi platbou poplatku a súhlasom so spracúvaním na účely behaviorálnej reklamy, prevádzkovatelia by mali zvážiť, či ponúknu aj ďalšiu bezplatnú alternatívu bez behaviorálnej reklamy, napr. s formou reklamy, ktorá zahŕňa spracúvanie menšieho množstva (alebo žiadnych) osobných údajov. To je obzvlášť dôležitý faktor pri posudzovaní určitých kritérií platného súhlasu podľa všeobecného nariadenia o ochrane údajov.

Vo väčšine prípadov bude mať na posúdenie platnosti súhlasu podstatný vplyv skutočnosť, či prevádzkovateľ ponúka ďalšiu alternatívu bez behaviorálnej reklamy, a to bezplatne, najmä pokiaľ ide o aspekt nepriaznivých následkov. Veľké online platformy by preto mali výrazne zvážiť ponuku bezplatnej alternatívy bez behaviorálnej reklamy.

---

<sup>152</sup> Usmernenia EDPB k súhlasu, bod 110.

<sup>153</sup> Pozri aj stanovisko pracovnej skupiny zriadenej podľa článku 29 k behaviorálnej reklame online, s. 16.

182. Na základe žiadosti dozorných orgánov Holandska, Nórska a Nemecka (Hamburg) a na základe uvedenej analýzy dospel EDPB K záveru, že **súhlas získaný veľkými online platformami** (ako sú vymedzené na účely tohto stanoviska) v **kontexte modelov „platba alebo súhlas“ týkajúcich sa behaviorálnej reklamy, možno považovať za platný len do tej miery, že tieto platformy môžu v súlade so zásadou zodpovednosti preukázať, že sú splnené všetky požiadavky na platný súhlas**, t. j. že

- súhlas bol **poskytnutý slobodne**. V tejto súvislosti by veľké online platformy mali okrem iného zvážiť tieto prvky:
  - či dotknutá osoba bude znášať **nepriaznivé následky** v dôsledku neposkytnutia alebo odvolania súhlasu. V tejto súvislosti by veľké online platformy, ktoré používajú modely „súhlas alebo platba“, mali zabezpečiť, aby žiadny poplatok nebol taký, aby dotknutým osobám účinne bránil v slobodnej voľbe, napríklad tým, že ju nabádal k súhlasu. Okrem toho môžu vzniknúť nepriaznivé následky, ak dotknuté osoby nezaplatia poplatok za odvolanie súhlasu, a teda im hrozí vylúčenie zo služby, ak súhlas neposkytnú, najmä v prípadoch, keď služba zohráva významnú úlohu alebo je rozhodujúca pre účasť na spoločenskom živote alebo pre prístup k profesionálnym sieťam, a to ešte viac v prípade existencie účinkov odkázanosti na určitého dodávateľa alebo sieťových účinkov. Ak veľké online platformy používajú na získanie súhlasu so spracovaním model „súhlas alebo platba“, môže to viesť k nepriaznivým následkom,
  - či medzi dotknutou osobou a nimi existuje **nepomer moci**. V tejto súvislosti môžu veľkým online platformám pri tomto individuálnom posudzovaní pomôcť určité neúplne vymenované a nekumulatívne faktory vrátane postavenia spoločnosti na trhu, existencie účinkov odkázanosti na určitého dodávateľa alebo sieťových účinkov, rozsahu, v akom sa dotknutá osoba spolieha na službu, a cieľovej alebo prevažujúcej cieľovej skupiny služby; ak existuje jasný nepomer, súhlas sa môže použiť len za „výnimočných okolností“ a ak prevádzkovateľ v súlade so zásadou zodpovednosti môže preukázať, že pre dotknutú osobu nemá „vôbec žiadne nepriaznivé následky“, ak súhlas neudelí, najmä ak sa dotknutým osobám ponúkne alternatíva, ktorá nemá žiadny negatívny vplyv,
  - či je súhlas potrebný na prístup k tovaru alebo službám, aj keď spracúvanie na základe súhlasu nie je nevyhnutné na plnenie zmluvy, ktorá sa vzťahuje na ponuku takéhoto tovaru alebo služieb. EDPB poznamenáva, že Súdny dvor Európskej únie v rozsudku vo veci *Bundeskartellamt* uviedol, že používateľom, ktorí odmietajú poskytnúť súhlas s určitými operáciami spracúvania, sa má ponúknuť, „prípadne za primeranú odmenu, rovnocenná alternatíva, s ktorou nie sú spojené takéto operácie spracúvania údajov“. Týmto spôsobom sa prevádzkovatelia vyhnú otázke podmienenosti. V každom prípade musia byť splnené aj ostatné kritériá „slobodne poskytnutého“ súhlasu. EDPB sa domnieva, že potreba, aby sa dotknutým osobám ponúkla „**rovnocenná alternatíva**“, ktorú uvádza Súdny dvor EÚ, sa vzťahuje na alternatívnu verziu danej služby ponúkanú tým istým prevádzkovateľom, ktorá nezahŕňa súhlas so spracúvaním osobných údajov na účely behaviorálnej reklamy. EDPB poskytuje prvky, ktoré môžu pomôcť zabezpečiť, aby táto alternatíva bola skutočne rovnocenná. Ak sa alternatívna verzia líši len v rozsahu nevyhnutnom v dôsledku toho, že prevádzkovateľ nemôže spracúvať osobné údaje na účely behaviorálnej reklamy, možno ju v zásade považovať za rovnocennú. Okrem toho sa v „rovnocennej alternatíve“ vynechajú spracovateľské operácie, ktoré nie sú nevyhnutné na poskytovanie služby a opierajú sa o súhlas. Keďže spracovateľské operácie vykonávané na účely behaviorálnej reklamy nie sú potrebné na poskytovanie služby a sú založené na súhlase, takéto operácie



sa majú vynechať z rovnocennej alternatívy, pokiaľ takéto spracovateľské operácie neslúžia aj na iný zákonný účel,

- o či je akýkoľvek uložený **poplatok** taký, že bráni dotknutým osobám v skutočnej voľbe alebo ich nabáda k poskytnutiu súhlasu. Pokiaľ ide o zavedenie akéhokoľvek poplatku za prístup k „rovnocennej alternatívnej“ verzii služby, prevádzkovatelia by mali v každom jednotlivom prípade posúdiť, či je poplatok vôbec vhodný a aká výška je za daných okolností primeraná, pričom by mali mať na pamäti, že je potrebné zabrániť tomu, aby sa základné právo na ochranu údajov zmenilo na prémiovú funkciu vyhradenú pre bohatých. Toto posúdenie by sa malo vykonať so zreteľom na požiadavky platného súhlasu a zásady podľa článku 5 všeobecného nariadenia o ochrane údajov, najmä zásadu spravodlivosti, a s prihliadnutím na možné alternatívy behaviorálnej reklamy, ktoré zahŕňajú spracúvanie menšieho množstva osobných údajov, ako aj na stanovisko dotknutých osôb.

Dozorné orgány majú za úlohu presadzovať uplatňovanie všeobecného nariadenia o ochrane údajov, čo sa môže týkať aj vplyvu každého poplatku na slobodu voľby dotknutých osôb. Za mnohých okolností môžu dozorné orgány využiť konzultácie s orgánmi v iných oblastiach práva, najmä s orgánmi na ochranu spotrebiteľa a hospodárskej súťaže,

- o či majú dotknuté osoby možnosť slobodne si vybrať účel spracúvania, ktorý akceptujú, a nie byť konfrontované s jednou žiadosťou o súhlas, ktorá spája niekoľko účelov (**podrobnosť údajov**).

- Súhlas je **informovaný**. Prevádzkovatelia majú v rámci zásady zodpovednosti povinnosť vytvoriť a zdokumentovať proces informovania, ktorý dotknutým osobám umožní úplne a jasne pochopiť hodnotu, rozsah a dôsledky ich možných rozhodnutí. To znamená, že pred uskutočnením akejkoľvek voľby by mali byť dotknutým osobám poskytnuté jasné informácie o spracovateľských činnostiach spojených s každou z ponúkaných možností. Veľké online platformy by mali zohľadniť zložitosť činností spracúvania údajov potrebných na poskytovanie behaviorálnej reklamy a zabezpečiť, aby sa informácie poskytovali cieľovej skupine jasným a zrozumiteľným spôsobom.
- Súhlas je **jednoznačným prejavom vôle**. Veľké online platformy by mali pozorne navrhovať spôsob, akým sa od dotknutých osôb žiada, aby poskytli svoj súhlas, aby sa zabezpečilo, že dotknuté osoby nebudú vystavené klamlivým dizajnovým vzorcom. Ak používateľ poskytne súhlas so spracovateľskými činnosťami, ktoré umožňujú bezplatný prístup k službe, malo by sa usudzovať, že používateľ poskytuje súhlas len s týmito spracovateľskými činnosťami, pričom treba mať na pamäti požiadavky, aby bol súhlas konkrétny. Aby sa súhlas považoval za jasne poskytnutý na iné účely, mal by si tieto účely aktívne vybrať používateľ.
- Súhlas je **konkrétny**. Znamená to, že veľké online platformy by mali presne definovať a vymedziť účely spracovateľských činností, na ktoré sa vyžaduje súhlas. Napríklad súhlas získaný na účely behaviorálnej reklamy by sa nemal spájať s inými účelmi. Veľké online platformy by mali v každom jednotlivom prípade posúdiť a zdokumentovať, či poskytovanie behaviorálnej reklamy znamená, že spracúvajú osobné údaje na rôzne účely, a vyžadovať na tieto účely samostatný súhlas.

183. EDPB pripomína, že **získanie súhlasu nezavahuje veľké online platformy povinnosti dodržiavať ostatné pravidlá a zásady stanovené vo všeobecnom nariadení o ochrane údajov** vrátane zásad uvedených v článku 5 tohto nariadenia. Nasledujúce zásady majú osobitný význam pre veľké online platformy, ktoré uplatňujú modely „platba alebo súhlas“, a to nielen pri posudzovaní platnosti súhlasu:

- **Obmedzenie účelu a minimalizácia údajov** – veľké online platformy sú povinné jasne vymedziť účel svojich spracovateľských činností a zabezpečiť, aby sa spracúvali len tie osobné údaje, ktoré sú nevyhnutné na dosiahnutie tohto účelu.
- **Spravodlivosť** – aby veľké online platformy zabezpečili spravodlivosť svojich spracovateľských činností, mali by zväžiť vplyv svojich spracovateľských činností na práva a dôstojnosť jednotlivcov a poskytnúť dotknutým osobám čo najvyššiu mieru autonómie.
- **Špecificky navrhnutá ochrana údajov** – veľké online platformy sú povinné zaviesť vhodné technické a organizačné opatrenia a začleniť potrebné záruky do svojich spracovateľských činností s cieľom splniť požiadavky všeobecného nariadenia o ochrane údajov a chrániť práva a slobody dotknutých osôb.
- **Štandardná ochrana údajov** – veľké online platformy sú zodpovedné za realizáciu predvolených nastavení a možností spracovania tak, aby sa štandardne vykonávalo len spracovanie, ktoré je nevyhnutne potrebné na dosiahnutie stanoveného zákonného účelu.
- **Zodpovednosť** – veľké online platformy sú zodpovedné za dodržiavanie všeobecného nariadenia o ochrane údajov vrátane vyššie uvedených zásad a musia byť schopné ho preukázať.

Za Európsky výbor pre ochranu údajov

predsedníčka

(Anu Talus)