

# Mnenje odbora (člen 64)



**Mnenje št. 8/2024 o veljavnosti privolitve, dane v okviru modelov „privoli ali plačaj“, ki jih uporabljajo velike spletne platforme**

**Sprejeto 17. aprila 2024**



## Povzetek

Nizozemski, norveški in nemški (hamburški) nadzorni organi so Evropskemu odboru za varstvo podatkov (EOVP) predložili zahtevo za izdajo mnenja o tem, v katerih okoliščinah in pod kakšnimi pogoji lahko velike spletne platforme uporabljajo modele „privoli ali plačaj“ v zvezi z vedenjskim oglaševanjem na način, ki šteje za veljavno, zlasti prostovoljno privolitev, med drugim tudi ob upoštevanju sodbe Sodišča Evropske unije v zadevi C-252/21. Področje uporabe tega mnenja je omejeno na izvajanje modelov „privoli ali plačaj“, ki jih uporabljajo velike spletne platforme (ki so opredeljene za namene tega mnenja), v okviru katerih se od uporabnikov zahteva, da privolijo v obdelavo za namene vedenjskega oglaševanja.

Glede tega EOVP poudarja, da je treba izpolniti vse zahteve iz Splošne uredbe o varstvu podatkov, zlasti zahteve v zvezi z veljavno privolitvijo, hkrati pa oceniti posebnosti vsakega posameznega primera. Zlasti pomembno je načelo odgovornosti. EOVP opozarja, da pridobitev privolitve upravljavca ne oprosti obveznosti spoštovanja vseh načel iz 5. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov in drugih obveznosti iz navedene uredbe. Bistveno je spoštovanje načel nujnosti in sorazmernosti, omejitve namena, najmanjšega obsega podatkov in pravičnosti.

V večini primerov velike spletne platforme ne bodo mogle izpolnjevati zahtev za veljavno privolitev, če uporabnikom ponudijo le binarno izbiro med privolitvijo v obdelavo osebnih podatkov za namene vedenjskega oglaševanja in plačilom.

Ponujanje (zgolj) plačljive alternative storitvi, ki vključuje obdelavo za namene vedenjskega oglaševanja, ne bi smelo biti privzet nadaljnji korak za upravljavce. Pri razvoju alternative različici storitve z vedenjskim oglaševanjem bi morale velike spletne platforme preučiti možnost, da posameznikom zagotovijo „enakovredno alternativo“, ki ne vključuje plačila pristojbine. Če se upravljavci odločijo, da bodo zaračunavali pristojbino za dostop do „enakovredne alternative“, bi morali preučiti tudi možnost ponudbe dodatne brezplačne alternative brez vedenjskega oglaševanja, na primer z obliko oglaševanja, ki vključuje obdelavo manj (ali nič) osebnih podatkov. To je še posebej pomemben dejavnik pri ocenjevanju nekaterih meril za veljavno privolitev v skladu s Splošno uredbo o varstvu podatkov. V večini primerov bo to, ali upravljavec ponuja brezplačno dodatno alternativo brez vedenjskega oglaševanja, znatno vplivalo na oceno veljavnosti privolitve, zlasti ob upoštevanju vidika škode.

Glede zahtev iz Splošne uredbe o varstvu podatkov za veljavno privolitev je treba najprej poudariti, da mora biti privolitev „dana prostovoljno“. Da se prepreči škoda, ki bi izključevala prostovoljno dano privolitev, naložene pristojbine ne sme biti takšna, da bi posameznikom dejansko preprečevala svobodno izbiro. Poleg tega lahko nastane škoda, če posamezniki, ki privolitev zavrnejo, ne plačajo pristojbine in so zato izključeni iz storitve, zlasti v primerih, ko ima storitev pomembno vlogo ali je odločilna za sodelovanje v družbenem življenju ali dostop do poklicnih omrežij, še toliko bolj ob prisotnosti učinkov priklenjenosti (*lock-in effects*) ali mrežnih učinkov (*network effects*). Zato je verjetno, da bo nastala škoda, kadar velike spletne platforme za pridobitev privolitve za obdelavo uporabljajo model „privoli ali plačaj“.

Upravljavci morajo tudi za vsak primer posebej oceniti, ali obstaja neravnotežje moči med posameznikom in upravljavcem. Dejavniki, ki jih je treba oceniti, vključujejo položaj velike spletne platforme na trgu, obstoj učinkov priklenjenosti (*lock-in effects*) ali mrežnih učinkov (*network effects*), obseg, v katerem se posameznik zanaša na storitev, in glavne uporabnike storitve.

Drugo merilo za oceno, ali je privolitev „dana prostovoljno“, je element pogojenosti, tj. ali se za dostop do blaga ali storitev zahteva privolitev, čeprav obdelava ni nujna za izpolnitev pogodbe. Sodišče Evropske unije je v sodbi v zadevi *Bundeskartellamt* navedlo, da se uporabnikom, ki zavrnejo privolitev za nekatera dejanja obdelave, „po potrebi za ustrezno plačilo ponudi enakovredna alternativa, ki ni povezana s takimi dejanji obdelave“. S tem se upravljavci izognejo vprašanju pogojenosti. V vsakem primeru morajo biti še vedno izpolnjena tudi druga merila za „prostovoljno dano“ privolitev.

„Enakovredna alternativa“ se nanaša na alternativno različico storitve, ki jo ponuja isti upravljavec in ki ne vključuje privolitve v obdelavo osebnih podatkov za namene vedenjskega oglaševanja. Mnenje vsebuje elemente, ki lahko pomagajo zagotoviti, da je alternativa dejansko enakovredna. Če se alternativna različica razlikuje le v obsegu, ki je nujen, ker upravljavec ne more obdelovati osebnih podatkov za namene vedenjskega oglaševanja, jo je načeloma mogoče šteti za enakovredno.

EOVP v zvezi z naložitvijo plačila za dostop do „enakovredne alternative“ različice storitvi opozarja, da osebnih podatkov ni mogoče šteti za blago, s katerim je mogoče trgovati, upravljavci pa bi morali upoštevati potrebo po preprečevanju, da bi temeljna pravica do varstva podatkov postala nekaj, za kar bi morali posamezniki plačati. Upravljavci bi morali za vsak primer posebej oceniti, ali je plačilo sploh primerno in kolikšen znesek je primeren v danih okoliščinah, pri čemer bi morali upoštevati morebitne alternative vedenjskemu oglaševanju, ki vključujejo obdelavo manjšega obsega osebnih podatkov, in položaj posameznikov. Upravljavci bi morali zagotoviti, da plačilo pristojbine posameznikom, na katere se nanašajo osebni podatki, ne preprečuje dejanske izbire glede na zahteve za veljavno privolitev in načela iz 5. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov, zlasti pravičnost. Pri tem je ključno načelo odgovornosti. Nadzorni organi so zadolženi za izvrševanje Splošne uredbe o varstvu podatkov, kar se lahko nanaša tudi na vpliv kakršnega koli plačila na svobodo izbire posameznikov.

Naslednji pogoj je razdrobljenost: kadar je posamezniku, na katerega se nanašajo osebni podatki, ponujen model „privoli ali plačaj“, bi moral imeti možnost, da svobodno izbere namen obdelave, ki ga sprejme, namesto da bi se soočil z eno zahtevo za privolitev, ki združuje več namenov.

Veljavna privolitev mora biti tudi „izrecna“, tj. dana za enega ali več posebnih namenov, in pomeniti nedvoumno izjavo volje: pri modelih „privoli ali plačaj“ je zlasti pomembno, da upravljavci pozorno oblikujejo, kako posameznike zaprosijo za privolitev. Uporabniki ne smejo biti podvrženi zavajajočim oblikovalskim vzorcem.

Da bi bila privolitev „informirana“, mora postopek obveščanja, ki ga vzpostavijo upravljavci, posameznikom omogočiti, da v celoti in jasno razumejo vrednost, obseg in posledice svojih možnih izbir, pri čemer se upošteva kompleksnost dejavnosti obdelave, povezane z vedenjskim oglaševanjem.

EOVP zagotavlja tudi pojasnila o preklicu privolitve in upravljavcem svetuje, naj skrbno ocenijo, kako pogosto bi bilo treba privolitev obnoviti.

## Kazalo

1	Uvod .....	6
1.1	Povzetek dejstev.....	6
1.2	Dopustnost zahteve za izdajo mnenja v skladu s členom 64(2) splošne uredbe o varstvu podatkov.....	7
2	Opredelitev pojmov in področje uporabe mnenja.....	8
2.1	Opredelitev pojmov.....	8
2.1.1	Opredelitev pojma „modeli ,privoli ali plačaj“ .....	9
2.1.2	Opredelitev pojma „vedenjsko oglaševanje“ .....	9
2.1.3	Opredelitev pojma „velike spletne platforme“ v okviru tega mnenja .....	10
2.2	Področje uporabe mnenja.....	12
3	Pravni okvir.....	13
3.1	Ustrezne določbe splošne uredbe o varstvu podatkov .....	13
3.2	Drugi pravni instrumenti .....	14
3.3	Povzetek sodbe v zadevi Bundeskartellamt .....	15
3.4	Obstoječe smernice EOVP .....	16
4	Ocena, ki jo izvede EOVP .....	17
4.1	Načela in splošna opažanja .....	17
4.2	Zahteve za veljavno privolitev .....	19
4.2.1	Prostovoljno dana privolitev .....	19
4.2.2	Informirana privolitev.....	32
4.2.3	Posebna privolitev .....	35
4.2.4	Nedvoumna izjava volje .....	36
4.3	Dodatni elementi.....	37
4.3.1	Preklic privolitve .....	37
4.3.2	Obnavljanje privolitve .....	39
5	Sklepne ugotovitve.....	39

## Evropski odbor za varstvo podatkov je –

ob upoštevanju 63. člena in drugega odstavka 64. člena Uredbe (EU) 2016/679 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 27. aprila 2016 o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov in o prostem pretoku takih podatkov ter o razveljavitvi Direktive 95/46/ES (v nadaljevanju: Splošna uredba o varstvu podatkov),

ob upoštevanju Sporazuma EGP ter zlasti Priloge XI in Protokola 37 k Sporazumu, kakor sta bila spremenjena s Sklepom Skupnega odbora EGP št. 154/2018 z dne 6. julija 2018<sup>1</sup>,

ob upoštevanju 10. in 22. člena svojega poslovnika,

ob upoštevanju naslednjega:

(1) glavna vloga Evropskega odbora za varstvo podatkov (v nadaljevanju: odbor ali EOVP) je zagotoviti dosledno uporabo Splošne uredbe o varstvu podatkov v celotnem Evropskem gospodarskem prostoru (EGP). Drugi odstavek 64. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov določa, da lahko kateri koli nadzorni organ, predsednica odbora ali Komisija zahteva, da katero koli zadevo Splošne uporabe ali z učinkom v več kot eni državi članici EGP preuči odbor, ki da mnenje. Cilj tega mnenja je preučiti zadevo splošne uporabe ali z učinki v več kot eni državi članici EGP;

(2) mnenje odbora se v skladu s tretjim odstavkom 64. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov v povezavi z drugim odstavkom 10. člena Poslovnika sprejme v osmih tednih po tem, ko predsednica odbora in pristojni nadzorni organi sklenejo, da je spis popoln. Predsednica lahko odloči, da se to obdobje glede na kompleksnost vsebine podaljša za šest tednov –

### SPREJEL NASLEDNJE MNENJE:

## 1 UVOD

### 1.1 Povzetek dejstev

1. Nizozemski nadzorni organ, ki je deloval tudi v imenu norveškega nadzornega organa in nemškega (hamburškega) nadzornega organa (v nadaljevanju: nadzorni organi, ki so predložili zahtevo), je 17. januarja 2024 EOVP predložil zahtevo za izdajo mnenja v skladu z drugim odstavkom 64. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov v zvezi s tako imenovanimi modeli „privoli ali plačaj“ (v nadaljevanju: zahteva).
2. Predsednica odbora in nizozemski nadzorni organ sta 25. januarja 2024 štela, da je spis popoln. Istega dne je spis posredoval sekretariat EOVP.

---

<sup>1</sup> Sklice na „države članice“ v tem mnenju je treba razumeti kot sklice na „države članice EGP“.

3. Na kratko, zahteva se nanaša na okoliščine, v katerih tako imenovane modele „privoli ali plačaj“<sup>2</sup> lahko uporabljajo velike spletne platforme, ki privabljajo veliko število uporabnikov v Evropskem gospodarskem prostoru (EGP), kadar se podatki obdelujejo za namene vedenjskega oglaševanja, na način, ki izpolnjuje zahtevo po veljavni in zlasti prostovoljno dani privolitvi<sup>3</sup>.
4. Nadzorni organi, ki so predložili zahtevo, opozarjajo na „Smernice št. 05/2020 o privolitvi na podlagi Uredbe 2016/679“ (v nadaljevanju: smernice EOVP o privolitvi) in poudarjajo, da je pomembno oceniti, ali je posameznikom, na katere se nanašajo osebni podatki in ki se soočajo z modeli „privoli ali plačaj“, „na voljo dejanska izbira“, ob upoštevanju „tveganja zavajanja, ustrahovanja, prisile ali znatnih negativnih posledic“ ali če „obstaja kakršna koli prisila, pritisk ali nezmožnost uveljavljanja svobodne volje“<sup>4</sup>.
5. Nadzorni organi, ki so predložili zahtevo, nadalje navajajo, da bi bilo treba zgornja vprašanja obravnavati ob upoštevanju sodbe Sodišča v zadevi *Bundeskartellamt*<sup>5</sup>.
6. Nazadnje, nadzorni organi, ki so predložili zahtevo, v obrazložitvi poudarjajo, da je „več članov EOVP že zagotovilo smernice glede modelov ‚privoli ali plačaj‘ na nacionalni ravni, na primer v zvezi z medijskimi hišami“, in da so te nacionalne smernice, čeprav so „dragocene in zagotavljajo dobro izhodišče“, „običajno namenjene manjšim upravljavcem“<sup>6</sup>. Zato nadzorni organi, ki so predložili zahtevo, trdijo, da je treba odgovoriti na konkretna vprašanja, ki se pojavljajo pri izvajanju modelov „privoli ali plačaj“, ki jih uporabljajo velike spletne platforme, da se zagotovita dosledna razlaga in uporaba Splošne uredbe o varstvu podatkov.

## 1.2 Dopustnost zahteve za izdajo mnenja v skladu z drugim odstavkom 64. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov

7. V drugem odstavku 64. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov je posebej določeno, da lahko kateri koli nadzorni organ zahteva, da katero koli zadevo splošne uporabe ali z učinkom v več kot eni državi članici preuči odbor, ki da mnenje.
8. Nadzorni organi, ki so predložili zahtevo, v zahtevi navajajo, da „z vidika varstva podatkov trenutno ni doslednega evropskega odgovora na zgoraj navedeno vprašanje<sup>7</sup> o veljavnosti privolitve v zvezi z modeli ‚privoli ali plačaj‘“<sup>8</sup>. Poleg tega poudarjajo, da „je to razlog za zaskrbljenost, saj je to vprašanje

---

<sup>2</sup> Glej opredelitev v oddelku 2.1.1 tega mnenja.

<sup>3</sup> Zahteva za izdajo mnenja v skladu z drugim odstavkom 64. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov, oddelek I (Uvod), str. 1.

<sup>4</sup> Zahteva, oddelek II (Ozadje in obrazložitev te zahteve), A. Pravni okvir v zvezi s temeljnim konceptom privolitve, str. 2. V zvezi s tem glej odstavek 24 Smernic št. 05/2020 o privolitvi na podlagi Uredbe 2016/679, sprejetih 4. maja 2020 (v nadaljevanju: smernice EOVP o privolitvi).

<sup>5</sup> Zahteva, oddelek II (Ozadje in obrazložitev te zahteve), B. Razmerje med privolitvijo in modeli „privoli ali plačaj“, str. 3. Glej sodbo Sodišča Evropske unije z dne 4. julija 2023, *Meta Platforms Inc./Bundeskartellamt*, C-252/21, ECLI:EU:C:2023:537 (v nadaljevanju: sodba Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*). Natančneje, nadzorni organi, ki so predložili zahtevo, opozarjajo na točke 143, 144, 148, 149 in 150 sodbe Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*.

<sup>6</sup> Zahteva, oddelek II (Ozadje in obrazložitev te zahteve), C. Sedanji razvoj in potreba po jasnosti, str. 4. Natančneje, nadzorni organi, ki so predložili zahtevo, skupaj z zahtevo predložijo nacionalne smernice, ki določajo splošna merila za modele „privoli ali plačaj“, ki so jih izdali nemški (hamburški), avstrijski in francoski nadzorni organi.

<sup>7</sup> Glej točko 3 tega mnenja.

<sup>8</sup> Zahteva, oddelek II (Ozadje in obrazložitev te zahteve), C. Sedanji razvoj in potreba po jasnosti, str. 4.

[...] neločljivo povezano z razlago pojma privolitve in se zato nanaša na splošno uporabo v zvezi s ključnim pojmom iz Splošne uredbe o varstvu podatkov<sup>9</sup>.

9. Zahteva se nanaša na dosledno razlago pojma privolitve in, natančneje, na okoliščine, v katerih se lahko šteje, da je privolitev, ki jo pridobijo velike spletne platforme, ki obdelujejo osebne podatke za namene vedenjskega oglaševanja in izvajajo modele „privoli ali plačaj“, veljavna. Zato odbor meni, da se zahteva nanaša na „zadevo splošne uporabe“ v smislu drugega odstavka 64. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov. Zadeva se nanaša zlasti na vprašanja v zvezi s praktičnim izvajanjem ključnih določb Splošne uredbe o varstvu podatkov in za katera trenutno ni dosledne razlage na ravni EU. Zato je mogoče trditi, da obstaja splošni interes za oceno tega vprašanja v obliki mnenja EOVP, da se zagotovi enotna uporaba Splošne uredbe o varstvu podatkov. Izvajanje modelov „privoli ali plačaj“, ki jih uporabljajo velike spletne platforme, odpira posebna vprašanja: kot so poudarili nadzorni organi, ki so predložili zahtevo, je to pomanjkanje enotnega pristopa še zlasti pereče v primeru velikih spletnih platform, ki privabljajo milijone posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, v Evropi. Mogoče bi bilo trditi, da je zlasti v primeru tako velikih spletnih platform potreben enoten pristop v zvezi z vsemi vprašanji splošne uporabe, povezanimi s to vrsto upravljavcev, ob upoštevanju, da so te platforme dejavne v vseh državah članicah EU in EGP in da bo vsak model „privoli ali plačaj“, ki ga izvajajo upravljavci, ki upravljajo take velike spletne platforme, vplival na milijone evropskih posameznikov<sup>10</sup>.
10. Zahteva vključuje pisno obrazložitev ozadja in razlogov za predložitev vprašanja odboru, vključno z ustreznim pravnim okvirom, razmerjem med privolitvijo in modeli „privoli ali plačaj“ ter trenutnim razvojem sodne prakse Sodišča Evropske unije ter potrebo po jasnosti in dosledni razlagi<sup>11</sup>. Odbor zato meni, da je zahteva obrazložena v skladu s členom 10.3 Poslovnika EOVP<sup>12</sup>.
11. EOVP v skladu s tretjim odstavkom 64. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov ne izda mnenja, če je o isti zadevi že izdal mnenje<sup>13</sup>. Kot je podrobneje pojasnjeno v oddelku 3.4 v nadaljevanju, EOVP ni izdal mnenja o isti zadevi in še ni odgovoril na vprašanja iz zahteve.
12. Odbor zato meni, da je zahteva dopustna, vprašanja, ki izhajajo iz nje, pa bi bilo treba analizirati v tem mnenju (v nadaljevanju: mnenje), sprejetem v skladu z drugim odstavkom 64. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov.
13. Naslednji oddelek vsebuje opredelitev pojmov „modeli ,privoli ali plačaj“, „vedenjsko oglaševanje“ in „velike spletne platforme“ v okviru tega mnenja ter opis področja uporabe mnenja.

## 2 OPREDELITEV POJMOV IN PODROČJE UPORABE MNENJA

### 2.1 Opredelitev pojmov

---

<sup>9</sup> Zahteva, Oddelek II (Ozadje in obrazložitev te zahteve), C. Sedanji razvoj in potreba po jasnosti, str. 4.

<sup>10</sup> Zahteva, oddelek II (Ozadje in obrazložitev te zahteve), C. Sedanji razvoj in potreba po jasnosti, str. 5.

<sup>11</sup> Zahteva, oddelek II (Ozadje in obrazložitev te zahteve), str. 1–5.

<sup>12</sup> Člen 10.3 Poslovnika EOVP določa: „Zahteve se obrazložijo v skladu z drugim odstavkom 64. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov.“

<sup>13</sup> Tretji odstavek 64. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov in člen 10.4 Poslovnika EOVP.



### 2.1.1 Opredelitev pojma „privoli ali plačaj“

14. Modeli „privoli ali plačaj“<sup>14</sup> se lahko opredelijo kot modeli, pri katerih upravljavec posameznikom, na katere se nanašajo osebni podatki, ponuja izbiro med vsaj dvema možnostma za dostop do spletne storitve, ki jo zagotavlja upravljavec: posameznik lahko (1.) privoli v obdelavo svojih osebnih podatkov za določen namen ali (2.) se odloči, da bo plačal pristojbino in pridobil dostop do spletne storitve, ne da bi se njegovi osebni podatki obdelovali za tak namen. To mnenje je osredotočeno na modele, v okviru katerih je mogoče dati privolitev za obdelavo osebnih podatkov za namene vedenjskega oglaševanja.
15. V skladu s prvo zgoraj navedeno možnostjo imajo posamezniki, na katere se nanašajo osebni podatki, dostop do storitve le, če privolijo v to, da jim upravljavec sledi in ciljno usmerja vedenjsko oglaševanje. V tem primeru se poslovni model upravljavca običajno financira s spletnim oglaševanjem, ki temelji na vedenju uporabnikov.
16. V okviru druge možnosti posamezniki, na katere se nanašajo osebni podatki, plačajo pristojbino (ki je lahko na primer tedenska, mesečna ali letna naročnina, ali pa tudi enkratno plačilo)<sup>15</sup> in si tako zagotovijo dostop do različice storitve, ki ne vključuje obdelave osebnih podatkov uporabnika za namene vedenjskega oglaševanja. Vendar je treba opozoriti, da ta druga možnost sicer lahko pomeni, da se posameznikom sploh ne sledi, vendar lahko pomeni tudi, da se posameznikom še vedno sledi za različne namene, na primer zaradi analize uporabe spletišča za izboljšanje njegovih funkcionalnosti. V vsakem primeru EOVP opozarja, da morajo biti taki nameni zakoniti in specifični ter da mora obdelava temeljiti na zakoniti podlagi v skladu s Splošno uredbo o varstvu podatkov. Poleg tega se lahko piškotki ali tehnologije sledenja v okviru plačljive različice storitve še vedno uporabljajo za druge namene, ki ne vključujejo vedenjskega oglaševanja. Če katera koli uporabljena tehnologija vključuje dostop ali shranjevanje informacij v terminalski opremi, je to odvisno od skladnosti s Splošno uredbo o varstvu podatkov in tretjim odstavkom 5. člena Direktive o zasebnosti in elektronskih komunikacijah, kjer je to ustrezno.
17. Posamezniku se v skladu z modeli „privoli ali plačaj“, obravnavanimi v tem mnenju, običajno zavrne dostop do storitve, če ne privoli v obdelavo osebnih podatkov za namene vedenjskega oglaševanja oziroma ne plača pristojbine, EOVP pa poudarja, da se posameznikom, lahko brezplačno ponudi dodatna alternativa brez vedenjskega oglaševanja, kot je podrobneje opisano v oddelku 4.2.1.1.

### 2.1.2 Opredelitev pojma „vedenjsko oglaševanje“

18. EOVP ugotavlja, da so se mehanizmi, ki omogočajo zagotavljanje prilagojenih spletnih oglasov posameznikom, na katere se nanašajo osebni podatki, sčasoma razširili. Postali so tudi bolj izpopolnjeni. Prilagojeno oglaševanje je lahko ciljno usmerjeno v uporabnike na podlagi različnih meril in tehnik, med drugim na podlagi informacij o njihovem vedenju na spletu in zunaj njega.

---

<sup>14</sup> V zvezi s tem glej tudi dokumente, sprejete na nacionalni ravni, kot so (i) avstrijski nadzorni organ (DSB), *FAQ zum Thema Cookies und Datenschutz*, 20. december 2023, (ii) francoski nadzorni organ (CNIL), *Cookie walls: la CNIL publie des premiers critères d'évaluation*, 16. maj 2022, in (iii) konferenca neodvisnih nemških organov za varstvo podatkov (DSK), *Beschluss der Konferenz der unabhängigen Datenschutzaufsichtsbehörden des Bundes und der Länder*, 22. marec 2023.

<sup>15</sup> V teh primerih se lahko plačljiva naročnina razlikuje tudi glede na storitve, do katerih ima uporabnik dostop, na primer za prvo raven naročnine osnovna storitev, za dodatno naročnino dodatne oziroma dopolnilne storitve ali funkcije.

19. Vedenjsko oglaševanje, ki vključuje oblikovanje podrobnih profilov posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, je postalo ključna značilnost nekaterih poslovnih modelov v današnjem spletnem okolju. V Mnenju delovne skupine iz člena 29 (WP29) št. 2/2010 o spletnem vedenjskem oglaševanju je „vedenjsko oglaševanje“ opredeljeno kot „oglaševanje, ki temelji na opazovanju vedenja posameznikov skozi čas“<sup>16</sup>. Delovna skupina iz člena 29 je prav tako poudarila, da se z vedenjskim oglaševanjem „skušajo proučevati značilnosti tega vedenja prek njihovih dejanj (večkratni obiski spletnega mesta, interakcija, ključne besede, ustvarjanje spletnih vsebin itd.), da bi oblikovali poseben profil in tako posameznikom poslali tako prilagojene oglase, da ustrezajo njihovim ugotovljenim interesom“<sup>17</sup>.
20. Kot je pojasnjeno v zgoraj navedenem mnenju Delovne skupine iz člena 29, vedenjsko oglaševanje temelji na podatkih, ki se zbirajo z opazovanjem dejanj uporabnikov skozi čas (na primer podatki s strani, ki so jih obiskali, o času, ki so ga porabili za ogledovanje strani, ki prikazuje posamezen izdelek, o številu večkratnih obiskov strani, danih vsečkah ali njihovi lokaciji). V teh primerih se spremljanje uporabnikov izvaja z uporabo piškotkov ali drugih podobnih tehnologij sledenja (na primer socialnih vtičnikov ali pikslov). Uporabnikom lahko prek različnih spletišč sledijo različni akterji (na primer platforme in posredniki podatkov)<sup>18</sup>. Zbrani podatki, ki se lahko v nekaterih primerih združijo s podatki, ki jih aktivno zagotovi uporabnik (na primer ko ustvari račun na spletu ali se prijavi na spletišču), ali s podatki brez povezave, omogočajo podjetjem, da ugotovijo informacije o uporabniku in oblikujejo sklepe o njegovih preferencah, okusih in interesih<sup>19</sup>. Pri obdelavi osebnih podatkov za namene vedenjskega oglaševanja se izvaja več dejavnosti obdelave. Te vključujejo spremljanje vedenja posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, zbiranje osebnih podatkov in njihovo analizo za ustvarjanje in oblikovanje profilov uporabnikov, izmenjavo osebnih podatkov s tretjimi osebami v okviru ustvarjanja in oblikovanja profilov uporabnikov ali povezovanje oglaševalcev z izdajatelji, posredovanje oglasov, prilagojenih na podlagi oblikovanega profila, posameznikom, na katere se nanašajo osebni podatki, ter analizo interakcije uporabnikov z oglasi, ki se prikazujejo na podlagi njihovega profila.
21. Vedenjsko oglaševanje zato šteje za posebej vsiljivo obliko oglaševanja, saj lahko upravljavcem zagotovi zelo podrobno podobo osebnega življenja posameznikov. Poleg tega, kot je EOVP opozoril v svojih Smernicah št. 8/2020 o ciljnem usmerjanju v uporabnike družbenih medijev, to pomeni znatna tveganja za temeljne pravice in svoboščine posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, vključno z možnostjo diskriminacije in izključenosti ter morebitno manipulacijo z uporabniki<sup>20</sup>.

### 2.1.3 Opredelitev pojma „velike spletne platforme“ v okviru tega mnenja

---

<sup>16</sup> Delovna skupina iz člena 29, Mnenje št. 2/2010 o spletnem vedenjskem oglaševanju, WP 171, sprejeto 22. junija 2010 (v nadaljevanju: mnenje Delovne skupine iz člena 29 o spletnem vedenjskem oglaševanju), str. 4.

<sup>17</sup> Mnenje Delovne skupine iz člena 29 o spletnem vedenjskem oglaševanju, str. 4.

<sup>18</sup> Smernice EOVP št. 8/2020 o ciljnem usmerjanju v uporabnike družbenih medijev, različica 2.0, sprejete 13. aprila 2021 (v nadaljevanju: smernice EOVP o ciljnem usmerjanju), odstavek 3.

<sup>19</sup> Mnenje Delovne skupine iz člena 29 o spletnem vedenjskem oglaševanju, str. 7 („Obstajata dva glavna pristopa k sestavljanju uporabniških profilov: i) napovedni profili se določajo s sklepanjem na podlagi opazovanja vedenja posameznega uporabnika in vseh uporabnikov skozi čas, zlasti s spremljanjem obiskanih strani in oglasov, ki so jih uporabniki videli in so jih kliknili; ii) natančni profili se ustvarjajo iz osebnih podatkov, ki jih posamezniki, na katere se podatki nanašajo, sami navedejo spletni storitvi, na primer pri registraciji. Oba pristopa je mogoče združiti. Poleg tega lahko napovedni profili pozneje postanejo izrecni profili, ko posameznik, na katerega se nanašajo podatki, ustvari uporabniško ime in geslo za spletno mesto.“).

<sup>20</sup> Smernice EOVP o ciljnem usmerjanju, odstavki 9–18.

22. To mnenje se osredotoča na modele „privoli ali plačaj“, ki jih izvajajo „upravljavci velikih spletnih platform, ki privabljajo veliko število uporabnikov iz EGP“<sup>21</sup>. Pomembno je opredeliti vrsto platform, ki spadajo na področje uporabe tega mnenja.
23. EOVP opozarja, da pojem „spletne platforme“ v Splošni uredbi o varstvu podatkov ni opredeljen. Zato je primerno opredeliti njegov pomen. V tem mnenju pojem „spletne platforme“ lahko med drugim vključuje, vendar ni omejeno na „spletne platforme“, kot so opredeljene v točki i 3. člena Akta o digitalnih storitvah<sup>22</sup>.
24. EOVP v naslednjih odstavkih poudarja nekatere elemente, ki jih je treba oceniti za vsak primer posebej, da se ugotovi, ali je treba upravljavca za namene tega mnenja šteti za „veliko spletno platformo“. Ker so nekateri elementi lahko pomembnejši za nekatere upravljavce kot za druge, ta seznam elementov ni izčrpen niti ne vključuje kumulativnih zahtev; namen tega seznama elementov je navesti vidike, na podlagi katerih bi se upravljavec lahko štela za „veliko spletno platformo“ za namene tega mnenja.
25. Prvič, velike spletne platforme so platforme, ki kot svoje uporabnike pritegnejo veliko število posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki.
26. Položaj podjetja na trgu je še en element, ki je lahko pomemben za oceno, ali se upravljavec lahko šteje za „veliko spletno platformo“.
27. -Naslednji element, ki ga je treba upoštevati pri oceni, ali upravljavec izpolnjuje pogoje za „veliko spletno platformo“, je, ali izvaja „obsežno“ obdelavo. EOVP opozarja, da v Splošni uredbi o varstvu podatkov ni opredeljeno, kaj je obsežna obdelava, čeprav so v uvodni izjavi 91 navedene nekatere usmeritve. Vendar je Delovna skupina iz člena 29 podala smernice (ki jih je potrdil EOVP) glede pomena „obsežne“ obdelave v okviru točk b in c prvega odstavka 37. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov, natančneje o dejavnostih, ki jih je treba upoštevati pri ugotavljanju, ali je obdelava obsežna. Ti dejavniki so pomembni tudi za namene tega mnenja. Vključujejo na primer število posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, količino podatkov in geografski obseg dejavnosti obdelave<sup>23</sup>.

---

<sup>21</sup> Zahteva, oddelek I (Uvod), str. 3.

<sup>22</sup> V členu 3(i) Akta o digitalnih storitvah pojem „spletna platforma“ pomeni „storitev gostovanja, ki na zahtevo prejemnika storitve shranjuje in razširja informacije v javnost, razen če je navedena dejavnost manjša in zgolj dodatna funkcija druge storitve ali manjša funkcionalnost primarne storitve ter je iz objektivnih in tehničnih razlogov ni mogoče uporabljati brez navedene druge storitve, vključitev funkcije ali funkcionalnosti v drugo storitev pa ni namenjena izogibanju uporabi te uredbe“.

<sup>23</sup> V zvezi s tem glej Smernice Delovne skupine za varstvo podatkov iz člena 29 o pooblaščenih osebah za varstvo podatkov, WP 243 rev. 01, kakor so bile nazadnje revidirane in sprejete 5. aprila 2017 in ki jih je EOVP potrdil 25. maja 2018, str. 7–8, in Smernice Delovne skupine za varstvo podatkov iz člena 29 glede ocene učinka v zvezi z varstvom podatkov in opredelitve, ali je „verjetno, da bi [obdelava] povzročila veliko tveganje“, za namene Uredbe (EU) 2016/679, WP 248 rev. 01, kakor so bile nazadnje revidirane in sprejete 4. oktobra 2017 in ki jih je EOVP potrdil 25. maja 2018, str. 10.

28. Opredelitev lahko med drugim zajema nekatere upravljavce „zelo velikih spletnih platform“, kot so opredeljene v Aktu o digitalnih storitvah<sup>24</sup>, in „vratarje“, kot so opredeljeni v Aktu o digitalnih trgih<sup>25</sup>.

## 2.2 Področje uporabe mnenja

29. Odbor se strinja z nadzornimi organi, ki so predložili zahtevo, da se v zvezi z modeli „privoli ali plačaj“ z vidika varstva podatkov odpirajo temeljna vprašanja, zlasti glede razlage in uporabe pojma privolitve iz 8. člena Listine Evropske unije o temeljnih pravicah ter 4., 5., 6. in 7. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov.
30. Čeprav je treba opozoriti, da se pojem privolitve iz Splošne uredbe o varstvu podatkov uporablja za vsakega upravljavca, ki se želi opreti na to pravno podlago, se to mnenje osredotoča na posebna vprašanja v zvezi z veljavnostjo privolitve, ki jo zahtevajo velike spletne platforme, ki uporabljajo modele „privoli ali plačaj“, kot so opredeljeni v zahtevi. Te platforme so lahko v edinstvenem položaju glede nekaterih meril za veljavno privolitev, na primer glede obstoja neravnovesja moči. Uporabo pojma „upravljavec(-i)“ v tem mnenju je treba razumeti tako, da zajema velike spletne platforme, kot so opredeljene v oddelku 2.1.3 zgoraj.
31. Glede na navedeno se to mnenje nanaša in je omejeno na oceno veljavnosti privolitve, kadar se ta uporablja kot pravna podlaga za obdelavo osebnih podatkov za namene vedenjskega oglaševanja v okviru modelov „privoli ali plačaj“, ki jih uporabljajo velike spletne platforme. Dejavniki, poudarjeni v tem mnenju, se običajno uporabljajo za velike spletne platforme, vendar ne izključno. Nekateri premisleki, izraženi v tem mnenju, bi se lahko na splošno izkazali za koristne pri uporabi pojma privolitve v okviru modelov „privoli ali plačaj“.
32. EOVP opozarja, da so v skladu s prvim odstavkom 51. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov nadzorni organi „pristojni za spremljanje uporabe [Splošne uredbe o varstvu podatkov], da se zaščitijo temeljne pravice in svoboščine posameznikov v zvezi z obdelavo ter olajša prosti pretok osebnih podatkov v Uniji“<sup>26</sup>. Poleg tega v skladu z drugim odstavkom 51. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov „[v]sak nadzorni organ prispeva k dosledni uporabi [Splošne uredbe o varstvu podatkov] v vsej Uniji“. Nadzorni organi so zato pristojni za oceno veljavnosti privolitve, ki se uporablja kot pravna

---

<sup>24</sup> V skladu s prvim odstavkom 33. člena Uredbe (EU) 2022/2065 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 19. oktobra 2022 o enotnem trgu digitalnih storitev in spremembi Direktive 2000/31/ES (Akt o digitalnih storitvah) so zelo velike spletne platforme tiste spletne platforme, katerih storitve „na mesec povprečno dosegajo vsaj 45 milijonov aktivnih prejemnikov storitve v Uniji“ in ki jih Evropska komisija v četrtem odstavku 33. člena Akta o digitalnih storitvah določa kot zelo velike spletne platforme. V skladu s točko i 33. člena Akta o digitalnih storitvah je spletna platforma storitev gostovanja, ki na zahtevo prejemnika storitve shranjuje in razširja informacije v javnost.

<sup>25</sup> V skladu s prvim odstavkom 3. člena Uredbe (EU) 2022/1925 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 14. septembra 2022 o tekmovalnih in pravičnih trgih v digitalnem sektorju in spremembi direktiv (EU) 2019/1937 in (EU) 2020/1828 (Akt o digitalnih trgih), so vratarji podjetja, ki izpolnjujejo naslednje tri kumulativne zahteve: (i) imajo znaten vpliv na notranji trg; (ii) zagotavljajo jedrno platformno storitev, ki je pomembna vstopna točka, prek katere poslovni uporabniki dosežejo končne uporabnike; (iii) imajo pri izvajanju svojih dejavnosti utrjen in trajen položaj ali se predvideva, da bodo tak položaj imela v bližnji prihodnosti. V skladu z drugim odstavkom 2. člena jedrne platformne storitve vključujejo: (a) spletne posredniške storitve; (b) spletne iskalnike; (c) spletne storitve družbenega mreženja; (d) storitve platform za izmenjavo videov; (e) medosebne komunikacijske storitve, neodvisne od številke; (f) operacijske sisteme; (g) spletne brskalnike; (h) virtualne pomočnike; (i) storitve računalništva v oblaku; (j) storitve spletnega oglaševanja, vključno z oglaševalskimi omrežji, oglaševalskimi izmenjavami in vsemi drugimi oglaševalskimi posredniškimi storitvami, ki jih zagotavlja podjetje, ki zagotavlja katero koli jedrno platformno storitev iz točk (a) do (i).

<sup>26</sup> Glej tudi prvi odstavek 57. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov, v katerem so navedene naloge nadzornih organov.

podlaga za obdelavo osebnih podatkov, tudi kadar se taka privolitve zbira v okviru modelov „privoli ali plačaj“ in se osebni podatki obdelujejo za namene vedenjskega oglaševanja.

33. V skladu z zgoraj navedenim to mnenje zagotavlja upravljavcem in nadzornim organom okvir za ocenjevanje veljavnosti privolitve v modelih „privoli ali plačaj“, tako da obravnava po vrstnem redu vse zahteve, ki sestavljajo privolitev na podlagi Splošne uredbe o varstvu podatkov. Opozoriti je treba, da je da je treba merila še vedno ocenjevati od primera do primera.

## 3 PRAVNI OKVIR

### 3.1 Ustrezne določbe Splošne uredbe o varstvu podatkov

34. Za namene tega mnenja EOVP meni, da glavne ustrezne določbe Splošne uredbe o varstvu podatkov vključujejo 4., 5., 6. in 7. člen ter uvodne izjave 32, 42 in 43.
35. Enajsti odstavek 4. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov privolitev opredeljuje kot „vsako prostovoljno, izrecno, informirano in nedvoumno izjavo volje posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, s katero z izjavo ali jasnim pritrtilnim dejanjem izrazi soglasje z obdelavo osebnih podatkov, ki se nanašajo nanj“. Privolitev posameznika je ena izmed zakonitih podlag za obdelavo osebnih podatkov, določenih v točki a prvega odstavka 6. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov<sup>27</sup>.
36. Poleg tega je pomembno opozoriti tudi na zahteve za upravljavce glede obdelave osebnih podatkov v skladu z vsemi veljavnimi določbami Splošne uredbe o varstvu podatkov, zlasti z načeli varstva podatkov iz 5. člena<sup>28</sup> ter z načelom vgrajenega in privzetega varstva podatkov iz 25. člena<sup>29</sup>.
37. Člen 7 ter uvodne izjave 32, 42 in 43 Splošne uredbe o varstvu podatkov določajo dodatne zahteve in smernice glede tega, kako morajo upravljavci upoštevati glavne elemente zahtev glede privolitve.
38. Zlasti 7. člen Splošne uredbe o varstvu podatkov določa pogoje za veljavnost privolitve in določa, da mora biti upravljavec, „kadar obdelava temelji na privolitvi, [...] zmožen dokazati, da je posameznik, na katerega se nanašajo osebni podatki, privolil v obdelavo svojih osebnih podatkov“. To je povezano tudi z načelom odgovornosti iz drugega odstavka 5. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov.
39. Drugi odstavek 7. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov določa, da „če je privolitev posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, dana v pisni izjavi, ki se nanaša tudi na druge zadeve, se zahteva za privolitev predloži na način, ki se jasno razlikuje od drugih zadev, v razumljivi in lahko dostopni obliki ter v jasnem in preprostem jeziku“ in da „deli take izjave, ki predstavljajo kršitev [Splošne uredbe o varstvu podatkov], niso zavezujoči“.

---

<sup>27</sup> Natančneje, točka a prvega odstavka 6. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov določa, da je „[o]bdelava [...] zakonita le in kolikor je izpolnjen vsaj eden od naslednjih pogojev: (a) posameznik, na katerega se nanašajo osebni podatki, je privolil v obdelavo njegovih osebnih podatkov v enega ali več določenih namenov“.

<sup>28</sup> Glej tudi smernice EOVP o ciljnem usmerjanju, odstavek 58: „Evropski odbor za varstvo podatkov opozarja, da se s pridobitvijo privolitve tudi ne izničijo ali kakor koli zmanjšajo obveznosti upravljavca, da upošteva načela obdelave iz splošne uredbe o varstvu podatkov, zlasti iz člena 5 glede poštenosti, potrebnosti in sorazmernosti, ter kakovost podatkov. Tudi če obdelava osebnih podatkov temelji na privolitvi posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, to ne upravičuje ciljnega usmerjanja, ki je nesorazmerno ali nepošteno.“ Glej tudi smernice EOVP o privolitvi, odstavek 5.

<sup>29</sup> Glej Smernice EOVP št. 4/2019 o členu 25 – Vgrajeno in privzeto varstvo podatkov, različica 2.0, sprejete 20. oktobra 2020 (v nadaljevanju: smernice o vgrajenem in privzetem varstvu podatkov).

40. V tretjem odstavku 7. člena je poudarjena pravica posameznika, da svojo privolitve kadar koli prekliče. V zvezi s tem „[p]reklic privolitve ne vpliva na zakonitost obdelave na podlagi privolitve pred njenim preklicem“. Posameznik, na katerega se nanašajo osebni podatki, mora biti o tem obveščen pred privolitvijo. V Splošni uredbi o varstvu podatkov je določeno tudi, da je privolitev „enako enostavno preklicati kot dati“.
41. Četrty odstavek 7. člena navedene uredbe določa, da se „[p]ri ugotavljanju, ali je bila privolitev dana prostovoljno, [...] med drugim zlasti upošteva, ali je izvajanje pogodbe, vključno z zagotavljanjem storitve, pogojeno s privolitvijo v obdelavo osebnih podatkov, ki ni potrebna za izvedbo zadevne pogodbe“.

### 3.2 Drugi pravni instrumenti

42. EOVP se zaveda, da lahko nekateri vidiki modelov „privoli ali plačaj“ spadajo tudi na področje uporabe drugih pravnih instrumentov EU, ki jih je koristno omeniti, čeprav so obravnavani zunaj področja uporabe tega mnenja.
43. EOVP opozarja, da je pojem privolitve v skladu s Splošno uredbo o varstvu podatkov pomemben tudi za namene uporabe Direktive o zasebnosti in elektronskih komunikacijah<sup>30</sup> ter izvajanje nacionalnih predpisov<sup>31</sup>. Točka f 2. člena Direktive o zasebnosti in elektronskih komunikacijah nadalje določa, da privolitev uporabnika ali naročnika ustreza privolitvi posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, iz Splošne uredbe o varstvu podatkov. Čeprav se to mnenje osredotoča na razlago privolitve kot pravne podlage za obdelavo osebnih podatkov v skladu s točko a prvega odstavka 6. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov, so njegovi premisleki o pojmu privolitve pomembni tudi za Direktivo o zasebnosti in elektronskih komunikacijah kot *lex specialis*<sup>32</sup>.
44. EOVP ugotavlja, da so nekateri vidiki vprašanja iz zahteve pomembni tudi za potrošniško in konkurenčno pravo, lahko pa se obravnavajo tudi v okviru pravnih instrumentov, kot je med drugim Direktiva 2005/29/ES o nepoštenih poslovnih praksah<sup>33</sup>. Tudi če se to mnenje ne nanaša na ta druga pravna področja ali pravne instrumente, se lahko sklicuje na njihove pojme ali pravila za oblikovanje ustreznih meril analize in spodbuja skladno uporabo prava Unije.

---

<sup>30</sup> Direktiva 2002/58/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 12. julija 2002 o obdelavi osebnih podatkov in varstvu zasebnosti na področju elektronskih komunikacij (Direktiva o zasebnosti in elektronskih komunikacijah), kakor je bila spremenjena z Direktivo 2006/24/ES in Direktivo 2009/136/ES.

<sup>31</sup> Glej uvodno izjavo 173 Splošne uredbe o varstvu podatkov, ki pojasnjuje razmerje *lex specialis* – *lex generalis* med Direktivo 2002/58/ES in Splošno uredbo o varstvu podatkov.

<sup>32</sup> Na primer tretji odstavek 5. člena Direktive o zasebnosti in elektronskih komunikacijah, ki zahteva privolitve za dostop ali shranjevanje podatkov v terminalski opremi, razen če velja izjema. Glej Mnenje EOVP št. 5/2019 o medsebojnem vplivu Direktive o zasebnosti in elektronskih komunikacijah ter Splošne uredbe o varstvu podatkov, zlasti v zvezi s pristojnostmi, nalogami in pooblastili organov za varstvo podatkov, sprejeto 12. marca 2019, odstavek 40.

<sup>33</sup> Direktiva Evropskega parlamenta in Sveta 2005/29/ES z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu ter o spremembi Direktive Sveta 84/450/EGS, direktiv Evropskega parlamenta in Sveta 97/7/ES, 98/27/ES in 2002/65/ES ter Uredbe (ES) št. 2006/2004 Evropskega parlamenta in Sveta (Direktiva o nepoštenih poslovnih praksah). Druga pravna instrumenta, pomembna z vidika potrošniškega prava, sta na primer Direktiva 2011/83/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 25. oktobra 2011 o pravicah potrošnikov in Direktiva Sveta 93/13/EGS z dne 5. aprila 1993 o nedovoljenih pogojih v potrošniških pogodbah.

45. EOVP se zaveda, da je lahko pomembna tudi Direktiva (EU) 2019/770 o nekaterih vidikih pogodb o dobavi digitalnih vsebin in digitalnih storitev (v nadaljevanju: Direktiva o digitalni vsebini)<sup>34</sup>.
46. EOVP nadalje ugotavlja, da nekatere določbe Akta o digitalnih trgih<sup>35</sup>, kot je drugi odstavek 5. člena, določajo posebna pravila za tako imenovane vratarje, ki obdelujejo osebne podatke<sup>36</sup>, in da se drugi odstavek 5. člena Akta o digitalnih trgih sklicuje na pojem privolitve v skladu s Splošno uredbo o varstvu podatkov.
47. EOVP poleg tega ugotavlja, da Akt o digitalnih storitvah določa posebne obveznosti za ponudnike spletnih platform in zelo velikih spletnih platform<sup>37</sup>. To mnenje se sklicuje na ustrezne določbe Akta o digitalnih trgih in Akta o digitalnih storitvah, kolikor je to potrebno za spodbujanje skladne uporabe prava EU<sup>38</sup>.
48. Ob upoštevanju, da sta konkurenčno pravo in pravo o varstvu potrošnikov pomembna v zvezi z nekaterimi vidiki modelov „privoli ali plačaj“, je EOVP zaprosil nacionalne in EU regulatorje na teh pravnih področjih za mnenje o modelih „privoli ali plačaj“.

### 3.3 Povzetek sodbe v zadevi *Bundeskartellamt*

49. Sodišče Evropske unije je v sodbi z dne 4. julija 2023 obravnavalo več vprašanj, ki so se pojavila v okviru predloga za sprejetje predhodne odločbe. Prvo vprašanje za Sodišče se je glasilo, ali lahko organ, pristojen za konkurenco, v okviru preučitve morebitne zlorabe prevladujočega položaja na podlagi konkurenčnega prava ugotovi, ali je zadevno podjetje ravnalo v nasprotju s Splošno uredbo o varstvu podatkov<sup>39</sup>. Sodišče je v odgovoru poudarilo obveznost lojalnega sodelovanja med organi, pristojnimi za konkurenco, in nadzornimi organi za varstvo podatkov<sup>40</sup>. Nadaljnja vprašanja so se nanašala na razlago 9. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov<sup>41</sup> in prvega odstavka 6. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov (točke b, d, e in f)<sup>42</sup>.
50. Zadnje vprašanje, kot so opozorili nadzorni organi, ki so predložili zahtevo, v sodbi v zadevi *Bundeskartellamt* se je nanašalo na to, ali „je mogoče šteti, da privolitev, ki jo uporabnik spletnega družbenega omrežja da operaterju takega omrežja, izpolnjuje pogoje za veljavnost iz člena 4, točka 11,

---

<sup>34</sup> Direktiva (EU) 2019/770 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 20. maja 2019 o nekaterih vidikih pogodb o dobavi digitalne vsebine in digitalnih storitev.

<sup>35</sup> Uredba (EU) 2022/1925 (Akt o digitalnih trgih).

<sup>36</sup> V tem pogledu sta pomembni tudi uvodni izjavi 36 in 37 Akta o digitalnih trgih.

<sup>37</sup> Zlasti člen 33(1) Akta o digitalnih storitvah določa, da se „[t]a oddelek [5 Akta o digitalnih storitvah] uporablja za spletne platforme [...], ki na mesec povprečno dosegajo število vsaj 45 milijonov aktivnih prejemnikov storitve v Uniji ter so na podlagi odstavka 4 določene kot zelo velike spletne platforme [...]“.

<sup>38</sup> Ustaljena sodna praksa Sodišča Evropske unije določa, da kadar dva pravna akta EU z enako hierarhično vrednostjo ne določata prednosti enega pred drugim, ju je treba uporabljati na združljiv način, ki omogoča njuno skladno uporabo. Glej na primer sodbo Splošnega sodišča z dne 3. maja 2018, *Malta/Komisija*, T-653/16, ECLI:EU:T:2018:241, točka 137.

<sup>39</sup> Sodba Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*, točke 36–63.

<sup>40</sup> Sodba Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*, točka 53.

<sup>41</sup> Sodišče je vprašanje v zvezi z razlago prvega odstavka 9. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov obravnavalo v točkah 64 do 85 sodbe v zadevi *Bundeskartellamt*.

<sup>42</sup> Natančneje, točke 86–139 sodbe Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*. Točke 86 in 97–126 sodbe Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt* se nanašajo na člen 6(1), točki (b) in (f), splošne uredbe o varstvu podatkov. Točke 127–139 sodbe Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt* se nanašajo na točki d in e prvega odstavka 6. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov.



[Splošne uredbe o varstvu podatkov], zlasti pogoj, da mora biti ta privolitev dana prostovoljno, če ima ta upravljavec prevladujoč položaj na trgu spletnih družbenih omrežij<sup>43</sup>.

51. Sodišče Evropske unije je predvsem opozorilo na opredelitev privolitve v enajstem odstavku 4. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov in na četrti odstavek 7. člena ter uvodni izjavi 42 in 43 Splošne uredbe o varstvu podatkov<sup>44</sup>. Kot je bilo opozorjeno v zahtevi, je Sodišče Evropske unije navedlo, da obstoj prevladujočega položaja ponudnika spletnega družbenega omrežja sam po sebi „ni ovira za to, da lahko uporabniki takega omrežja podajo veljavno privolitev v smislu člena 4, točka 11, [Splošne uredbe o varstvu podatkov] za obdelavo svojih osebnih podatkov, ki jo izvede ta operater“<sup>45</sup>.
52. Vendar je Sodišče Evropske unije pojasnilo, da je prevladujoči položaj „pomemben dejavnik pri ugotavljanju, ali je bila privolitev dejansko podana veljavno in zlasti prostovoljno, kar mora dokazati navedeni operater“<sup>46</sup>. Razlog za to je, da ta okoliščina „lahko vpliva na svobodno izbiro tega uporabnika, ki morda ne more zavrniti ali preklicati svoje privolitve, ne da bi utrpel škodo“<sup>47</sup> in lahko „povzroči očitno neravnotežje [...] med posameznikom, na katerega se nanašajo osebni podatki, in upravljavcem“<sup>48</sup>.
53. Poleg tega je Sodišče Evropske unije, čeprav to ni osrednjega pomena za njegovo ugotovitev, navedlo, da kadar se zdi, da nekatera dejanja obdelave niso potrebna za izvajanje pogodbe<sup>49</sup>, „morajo imeti ti uporabniki svobodo, da v okviru pogodbenega procesa posamično zavrnejo privolitev [za taka dejanja], ne da bi se morali v celoti odpovedati uporabi storitve, ki jo ponuja upravljavec spletnega družbenega omrežja, kar pomeni, da se navedenim uporabnikom po potrebi za ustrezno plačilo ponudi enakovredna alternativa, ki ni povezana s takimi dejanji obdelave podatkov“<sup>50</sup>.
54. Sodišče Evropske unije je poudarilo tudi, da se za privolitev „domneva, da ni dana prostovoljno, če ne dovoljuje ločene privolitve za različna dejanja obdelave osebnih podatkov, čeprav bi taka ločena privolitev bila v posameznem primeru ustrezna,“ pri čemer se sklicuje na uvodno izjavo 43 Splošne uredbe o varstvu podatkov. Poleg tega je navedlo opredelitev „obsega obdelave [...] podatkov“ in „njenege znatnega vpliva na uporabnike tega omrežja“ ter razumna pričakovanja uporabnikov kot posebej pomembne dejavnike v obravnavanem primeru. Sodišče Evropske unije je nato zadeve vrnilo predložitvenemu sodišču in navedlo, da bi moralo to sodišče preveriti, ali imajo uporabniki možnost dati ločeno privolitev za obdelavo podatkov, ki se nanašajo na njihovo obnašanje znotraj družbenega omrežja, in podatkov, zbranih zunaj platforme<sup>51</sup>.

### 3.4 Obstoječe smernice EOVP

---

<sup>43</sup> Zahteva, oddelek II (Ozadje in obrazložitev te zahteve), B. Razmerje med privolitvijo in modeli „privoli ali plačaj“, str. 3, ki se sklicuje na točko 140 sodbe Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*.

<sup>44</sup> Sodba Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*, točke 142–145.

<sup>45</sup> Glej sodbo Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*, točka 154.

<sup>46</sup> Glej sodbo Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*, točka 154.

<sup>47</sup> Sodba Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*, točka 148, ki se sklicuje na uvodno izjavo 42 Splošne uredbe o varstvu podatkov.

<sup>48</sup> Sodba Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*, točka 149, ki se sklicuje na uvodno izjavo 43 in četrti odstavek 7. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov.

<sup>49</sup> V zvezi s tem se Sodišče v točki 149 sklicuje tudi na točke 102, 103 in 104 zgoraj.

<sup>50</sup> Zahteva, oddelek II (Ozadje in obrazložitev te zahteve), B. Razmerje med privolitvijo in modeli „privoli ali plačaj“, str. 3, ki se sklicuje na sodbo Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*, točka 150.

<sup>51</sup> Sodba Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*, točka 151.



55. Za to mnenje so pomembne različne smernice, ki jih je sprejel EOVP<sup>52</sup>. Glede tega so še zlasti pomembne Smernice EOVP št. 05/2020 o privolitvi<sup>53</sup>. Te obravnavajo pogoje za prostovoljno privolitev posameznikov skupaj z drugimi elementi veljavne privolitve. Vendar smernice št. 05/2020 ne obravnavajo v celoti vprašanja, ki so ga nadzorni organi, ki so predložili zahtevo, predložili EOVP, saj v njih ni pojasnjeno, kako bi bilo treba splošne smernice EOVP o privolitvi uporabljati v okviru modelov „privoli ali plačaj“, ki jih izvajajo velike spletne platforme, ki privabljajo veliko število uporabnikov v EGP in obdelujejo njihove osebne podatke za namene vedenjskega oglaševanja na podlagi privolitve<sup>54</sup>. Zato je primerno, da EOVP na vprašanje iz zahteve odgovori z izdajo mnenja EOVP v skladu z drugim odstavkom 64. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov.
56. Ker je namen tega mnenja zagotoviti okvir, na podlagi katerega se lahko ocenijo modeli „privoli ali plačaj“, ki jih izvajajo velike spletne platforme, se bo vsaka od kumulativnih zahtev, ki sestavljajo privolitev na podlagi Splošne uredbe o varstvu podatkov, obravnavala po vrstnem redu.

## 4 OCENA, KI JO IZVEDE EOVP

### 4.1 Načela in splošna opažanja

57. V 5. členu Splošne uredbe o varstvu podatkov so določena načela v zvezi z obdelavo osebnih podatkov. EOVP je glede tega že pojasnil, da pridobitev privolitve upravljavca ne odvezuje od spoštovanja vseh načel iz 5. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov<sup>55</sup> (kot tudi drugih obveznosti, predvidenih v navedeni uredbi). **Tudi če obdelava temelji na privolitvi, ne utemeljuje zbiranja osebnih podatkov, ki niso potrebni za določen namen, ali na način, ki je nepošten do posameznikov**<sup>56</sup>.
58. Pri obdelavi je treba upoštevati načeli **nujnosti in sorazmernosti**<sup>57</sup>. Bistveno je spoštovanje načel **omejitve namena in najmanjšega obsega podatkov**<sup>58</sup>. V skladu z načelom omejitve namena je treba osebne podatke zbirati za določene, izrecne in zakonite namene<sup>59</sup>. Upravljavci morajo jasno opredeliti namene obdelave, tudi v zvezi z obdelavo, ki se izvaja za namene vedenjskega oglaševanja<sup>60</sup>. Poleg tega morajo upravljavci zagotoviti skladnost z načelom najmanjšega obsega podatkov<sup>61</sup>, v skladu s katerim morajo biti osebni podatki ustrezni, relevantni in omejeni na to, kar je potrebno za namene,

---

<sup>52</sup> Ti vključujejo smernice EOVP o privolitvi in smernice EOVP o ciljni usmerjenosti.

<sup>53</sup> Smernice EOVP o privolitvi.

<sup>54</sup> EOVP je v smernicah o privolitvi pojasnil svoje stališče glede tako imenovanih piškotnih zidov (*cookie walls*), pri katerih imajo posamezniki, na katere se nanašajo osebni podatki, možnost izbrati med tem, da privolijo v shranjevanje informacij na svoji terminalski opremi ali v to, da do storitve nimajo dostopa. To je primer, v katerem ni mogoče šteti, da je privolitev posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, „dana prostovoljno“.

<sup>55</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 5 („Poleg tega se s pridobitvijo privolitve tudi ne izničijo ali kakor koli zmanjšajo obveznosti upravljavca, da upošteva načela obdelave iz Splošne uredbe o varstvu podatkov“).

<sup>56</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 5 („Tudi če obdelava osebnih podatkov temelji na privolitvi posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, to ne bi utemeljevalo zbiranja podatkov, ki niso potrebni za določen namen obdelave, in bi bilo pravzaprav nepošteno.“).

<sup>57</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 5 („Poleg tega se s pridobitvijo privolitve tudi ne izničijo ali kakor koli zmanjšajo obveznosti upravljavca, da upošteva načela obdelave iz Splošne uredbe o varstvu podatkov, zlasti iz člena 5 glede poštenosti, potrebnosti in sorazmernosti ter kakovosti podatkov.“).

<sup>58</sup> Točki b in c prvega odstavka 5. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov.

<sup>59</sup> Smernice EOVP o vgrajenem in privzetem varstvu podatkov, oddelek 3.4.

<sup>60</sup> Smernice EOVP o vgrajenem in privzetem varstvu podatkov, odstavek 72 (ki se nanašajo na elementa „predhodna določitev“ in „specifičnost“ namenov v okviru načela omejitve namena).

<sup>61</sup> Smernice EOVP o vgrajenem in privzetem varstvu podatkov, oddelka 3.4 in 3.5.

za katere se obdelujejo, in ki izraža načelo sorazmernosti<sup>62</sup>. V zvezi s tem bi morali upravljavci najprej ugotoviti, ali morajo osebne podatke sploh obdelovati za svoje ustrezne namene, in **preveriti, ali je mogoče ustrezne namene doseči z manj vsiljivimi sredstvi ali z obdelavo manjšega obsega osebnih podatkov** ali z manj podrobnimi ali zbirnimi osebnimi podatki<sup>63</sup>. V zvezi s tem je pomemben oddelek 4.2.1.1 v nadaljevanju.

59. EOVP ugotavlja, da lahko vedenjsko oglaševanje vključuje zbiranje čim več osebnih podatkov o posameznikih in njihovih dejanjih, po možnosti spremljanje njihovega celotnega življenja, na spletu in zunaj njega<sup>64</sup>. Meni, da je treba pri ocenjevanju skladnosti z načelom najmanjšega obsega podatkov upoštevati obseg in vsiljivost postopkov obdelave. Čezmerno sledenje, ki vključuje kombinacijo različnih virov podatkov na različnih spletiščih, je torej težje uskladiti z načelom najmanjšega obsega podatkov kot na primer sistem personaliziranega oglaševanja, v katerem uporabniki sami aktivno in zavestno določajo svoje preference.
60. Dejavnosti obdelave morajo vedno spoštovati načelo **pravičnosti**<sup>65</sup>. Ključni elementi načela pravičnosti med drugim vključujejo potrebo po tem, da obdelava ustreza razumnim pričakovanjem posameznikov, potrebo, da upravljavec nepravilno ne diskriminira posameznikov ali izkorišča njihovih potreb ali ranljivosti, potrebo po preprečevanju ali upoštevanju neravnovesij moči ter potrebo po preprečevanju zavajajočega ali manipulativnega jezika ali oblikovanja<sup>66</sup>. EOVP glede tega opozarja, da se je treba zavajajočim oblikovalskim vzorcem izogibati<sup>67</sup>. Poleg tega bi moral upravljavec upoštevati širši vpliv obdelave na pravice in dostojanstvo posameznikov ter jim zagotoviti najvišjo možno stopnjo avtonomije<sup>68</sup>. To je bistveno za upravljavce, zlasti kadar so postopki obdelave, ki jih izvajajo, še posebej vsiljivi. EOVP ugotavlja tudi, da lahko pravičnost pri ocenjevanju modela „privoli ali plačaj“ deluje kot lahko razumljivo merilo ali referenčna točka za upravljavce. Glede tega je pomembno, da upravljavci lahko dokažejo, zakaj menijo, da so nekatere izbire v skladu z načelom pravičnosti, kot je opisano v prejšnjem odstavku. To je zlasti pomembno, če upravljavec omeji obseg izbire posameznika (na primer ne zagotavlja brezplačne alternative brez vedenjskega oglaševanja, kot je opisano v nadaljevanju v oddelku 4.2.1.1), ali če lahko neupravičeno vpliva na izbiro posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki (na primer z zaračunavanjem take pristojbine, ki posameznikom, na katere se nanašajo osebni podatki, učinkovito preprečuje prostovoljno izbiro).
61. Od upravljavcev se pričakuje tudi, da bodo spoštovali načelo **preglednosti**. Pri uporabi tega načela bi morali upravljavci posameznikom, na katere se nanašajo osebni podatki, omogočiti, da zlahka razumejo, kako bo njihova izbira vplivala na obdelavo njihovih osebnih podatkov<sup>69</sup>. V zvezi s privolitvijo je to podrobneje opisano v nadaljevanju v oddelku 4.2.2.
62. Upravljavec v skladu s prvim odstavkom 25. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov spoštuje načelo **vgrajenega varstva podatkov**. To pomeni, da izvaja ustrezne tehnične in organizacijske ukrepe, ki so

---

<sup>62</sup> Sodba Sodišča Evropske unije v zadevi C-439/19 (*Latvijas Republikas Saeima*), točka 98.

<sup>63</sup> Smernice EOVP o vgrajenem in privzetem varstvu podatkov, odstavka 51 in 74.

<sup>64</sup> Glej oddelek 2.1.2 zgoraj.

<sup>65</sup> Točka a prvega odstavka 5. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov.

<sup>66</sup> Smernice EOVP o vgrajenem in privzetem varstvu podatkov, odstavek 70.

<sup>67</sup> Smernice EOVP št. 3/2022 o zavajajočih oblikovalskih vzorcih v vmesnikih platform družbenih medijev: kako jih prepoznati in se jim izogniti, različica 2.0, sprejeta 14. februarja 2023 (v nadaljevanju: smernice EOVP o zavajajočih oblikovalskih vzorcih).

<sup>68</sup> Smernice EOVP o vgrajenem in privzetem varstvu podatkov, odstavek 70.

<sup>69</sup> Uvodna izjava 39 Splošne uredbe o varstvu podatkov; smernice Delovne skupine iz člena 29 o preglednosti, odstavek 4; smernice EOVP o vgrajenem in privzetem varstvu podatkov, odstavek 66.

oblikovani za izvajanje načel varstva podatkov, ter v obdelavo vključi potrebne zaščitne ukrepe, da se izpolnijo zahteve navedene uredbe ter zaščitijo pravice in svoboščine posameznikov<sup>70</sup>.

63. Poleg tega upravljavec v skladu z drugim odstavkom 25. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov spoštuje načelo **privzetega varstva podatkov**. To pomeni, da bi moral izbrati in biti odgovoren za izvajanje privzetih nastavitvev in možnosti obdelave tako, da se privzeto izvaja samo obdelava, ki je nujna za doseganje določenega, zakonitega namena. To pomeni, da upravljavec privzeto ne zbira več podatkov, kot je nujno, zbranih podatkov ne obdela bolj, kot je nujno za njihove namene, in podatkov ne hrani dlje, kot je nujno<sup>71</sup>.
64. Otroci uživajo posebno zaščito, zlasti v zvezi z oblikovanjem profilov in trženjem<sup>72</sup>. Zlasti **otroci** ne smejo biti predmet vedenjskega oglaševanja<sup>73</sup>, poleg tega pa se ne bi smeli soočiti z modeli „privoli ali plačaj“, ki zahtevajo privolitev za tako obdelavo.
65. V zvezi s tem je še posebej pomembno načelo **odgovornosti** iz drugega odstavka 5. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov, ki določa, da je upravljavec odgovoren za skladnost z načeli iz 5. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov in je to skladnost tudi zmožen dokazati<sup>74</sup>. V prvem odstavku 7. člena je v zvezi s privolitvijo izrecno določeno, da mora biti upravljavec zmožen dokazati, da so posamezniki, na katere se nanašajo osebni podatki, privolili v obdelavo, kadar se sklicuje na privolitev kot pravno podlago. Kot je poudarilo Sodišče Evropske unije v sodbi v zadevi *Bundeskartellamt*<sup>75</sup>, mora biti upravljavec zmožen dokazati, da je bila privolitev posameznika dana prostovoljno glede na okoliščine obdelave in da so bili izpolnjeni vsi drugi pogoji za veljavno privolitev.

## 4.2 Zahteve za veljavno privolitev

66. Da bi odgovorili na vprašanje, v katerih okoliščinah in pod katerimi pogoji lahko velike spletne platforme izvajajo modele „privoli ali plačaj“ v zvezi z vedenjskim oglaševanjem na način, ki pomeni veljavno in zlasti prostovoljno privolitev, bo v tem mnenju po vrstnem redu obravnavana vsaka od kumulativnih zahtev, ki sestavljajo privolitev na podlagi Splošne uredbe o varstvu podatkov.

### 4.2.1 Prostovoljno dana privolitev

67. Merilo „prostovoljno dane privolitve“ je ključno za razumevanje privolitve kot pravne podlage za obdelavo osebnih podatkov. Posebnost privolitve kot pravne podlage za obdelavo je, da je zakonitost obdelave odvisna od odločitve posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki („nedvoumna izjava volje posameznika“), in predvsem njegove svobodne izbire pri sprejemanju navedene odločitve.
68. Upravljavci morajo zagotoviti, da imajo posamezniki resnično svobodno izbiro, kadar se od njih zahteva privolitev v obdelavo njihovih osebnih podatkov, in ne smejo omejiti avtonomije teh posameznikov s tem, da bi zavrnitev zanje bila težja kot privolitev<sup>76</sup>. To podpira tudi eden od glavnih namenov Splošne

---

<sup>70</sup> Smernice EOVP o vgrajenem in privzetem varstvu podatkov, odstavek 7.

<sup>71</sup> Smernice EOVP o vgrajenem in privzetem varstvu podatkov, odstavek 42.

<sup>72</sup> Uvodna izjava 38 Splošne uredbe o varstvu podatkov.

<sup>73</sup> Glej tudi drugi odstavek 28. člena Akta o digitalnih storitvah.

<sup>74</sup> Glej glede tega sodbo Sodišča Evropske unije v zadevi C-175/20, *SIA „SS“/Valsts ienēmumu dienests*, ECLI:EU:C:2022:124, točka 77.

<sup>75</sup> Sodba Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*, točka 152.

<sup>76</sup> Enako velja tudi za preklic privolitve; glej tretji odstavek 7. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov.

uredbe o varstvu podatkov, tj. zagotoviti posameznikom nadzor nad lastnimi osebnimi podatki<sup>77</sup>. Da bi bila privolitev dana prostovoljno, je treba posameznikom omogočiti, da brez neprimernega vpliva upravljavca ali drugih oseb sami ugotovijo, ali obdelava lahko poteka<sup>78</sup>, in jim zagotoviti ustrezne informacije o obdelavi<sup>79</sup>.

69. EOVP je že navedel, da izraz „prostovoljna“ pomeni dejansko izbiro in nadzor za posameznike, ter da v skladu s Splošno uredbo o varstvu podatkov „privolitev ne bo veljavna, če posameznik, na katerega se nanašajo osebni podatki, nima dejanske izbire, če se čuti prisiljenega v privolitev ali če bo utrpel negativne posledice, če ne privoli“<sup>80</sup>. Kot je EOVP poudaril v več primerih, je privolitev lahko veljavna le, če je posamezniku na voljo dejanska izbira in če ni tveganja zavajanja, ustrahovanja, prisile ali znatnih negativnih posledic v primeru, če posameznik, na katerega se nanašajo osebni podatki, privolitve ne da. Privolitev ne bo prostovoljna, kadar obstaja kakršna koli prisila, pritisk ali nezmožnost uveljavljanja svobodne volje<sup>81</sup>.
70. Splošna uredba o varstvu podatkov določa več meril, ki bi jih bilo treba uporabiti za oceno, ali okvir in okoliščine obdelave podatkov, posameznikom zagotavljajo zadostno avtonomijo, da se njihova privolitev šteje za „dano prostovoljno“. Kot je EOVP pojasnil v svojih smernicah o privolitvi, so glavna merila, ki jih je treba upoštevati pri ocenjevanju veljavnosti privolitve, ali posameznik privolitve ne more zavrnil ali preklicati brez škode, ali obstaja neravnovesje moči med posameznikom in upravljavcem, ali je za dostop do blaga ali storitev potrebna privolitev, čeprav obdelava ni potrebna za izpolnitev pogodbe (pogojenost), in ali lahko posameznik, na katerega se nanašajo osebni podatki, privoli v različna dejanja obdelave (razdrobljenost)<sup>82</sup>. Sodišče Evropske unije je v sodbi v zadevi *Bundeskartellamt* navedlo, da so to glavni premisleki o tem, ali je privolitev posameznika veljavna<sup>83</sup>.
71. O tem, ali so merila izpolnjena, je treba presoditi v vsakem posameznem primeru glede na konkretne okoliščine obdelave. Upravljavci bi morali biti sposobni dokazati, da je bila privolitev dana prostovoljno. Čeprav so merila med seboj povezana, je treba vsako od njih upoštevati v trenutku, ko posameznik privoli v obdelavo. Na primer, če upravljavec sprejme ukrepe za preprečitev kakršne koli pogojenosti, zavrnitev privolitve pa bi škodovala posamezniku, privolitev ne bo dana prostovoljno.

#### 4.2.1.1 Zagotavljanje brezplačne alternative brez vedenjskega oglaševanja

72. Kot je opisano v prejšnjem oddelku, bi morali imeti posamezniki dejansko svobodno izbiro, kadar se od njih zahteva privolitev v obdelavo njihovih osebnih podatkov. V tem okviru je svobodna izbira, ki jo ima posameznik odvisna tudi od možnosti, ki so na voljo uporabnikom.
73. **Ponujanje (zgolj) plačljive alternative storitvi, ki vključuje obdelavo za namene vedenjskega oglaševanja, ne bi smelo biti privzet nadaljnji korak za upravljavce.** Nasprotno, pri razvoju alternative različici storitve z vedenjskim oglaševanjem **bi morali upravljavci preučiti možnost, da posameznikom**

<sup>77</sup> Glej uvodne izjave 7, 42 in 43 Splošne uredbe o varstvu podatkov. Načelo preglednosti in pravice posameznikom, na katere se nanašajo osebni podatki, iz poglavja III Splošne uredbe o varstvu podatkov so nadaljnji primeri pravil, katerih namen je okrepiti nadzor posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, nad svojimi osebnimi podatki.

<sup>78</sup> Glede tega glej smernice EOVP o zavajajočih oblikovalskih vzorcih, saj lahko, kot je navedeno v odstavku 3, „zavajajoči oblikovalski vzorci“ posameznikom, na katere se nanašajo osebni podatki, onemogočijo dajanje informirane in prostovoljno dane privolitve.

<sup>79</sup> V zvezi s tem so ugotovitve iz oddelka 4.2.2 o informirani privolitvi pomembne in bi jih bilo treba upoštevati.

<sup>80</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 13.

<sup>81</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 24.

<sup>82</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavki 13–54.

<sup>83</sup> Sodba Sodišča v zadevi *Bundeskartellamt*, točke 143–146.

**zagotovijo „enakovredno alternativo“, ki ne vključuje plačila**, kot je brezplačna alternativa brez vedenjskega oglaševanja, opisana v nadaljevanju tega oddelka.

74. **Če bi se upravljavci odločili posameznikom zagotoviti „enakovredno alternativo“, ki vključuje plačilo**, EOVP poudarja, da je treba posebno pozornost nameniti elementom iz tega mnenja, kot so elementi iz oddelkov 4.2.1.4.1 in 4.2.1.4.2. V takih primerih, da se zagotovi resnična izbira in prepreči, da bi uporabniki imeli binarno izbiro med plačilom in privolitvijo v obdelavo za namene vedenjskega oglaševanja, **bi morali upravljavci preučiti tudi možnost, da ponudijo dodatno brezplačno alternativo** (v nadaljevanju: brezplačna alternativa brez vedenjskega oglaševanja).
75. Ta alternativa ne sme vključevati nobene obdelave za namene vedenjskega oglaševanja in lahko **na primer** pomeni različico storitve **z drugačno obliko oglaševanja, ki vključuje obdelavo manjšega obsega osebnih podatkov ali ki take obdelave sploh ne vključuje**, na primer kontekstualno ali splošno oglaševanje ali oglaševanje, ki temelji na temah, ki jih je posameznik izbral s seznama interesnih tem. To je povezano tudi z načelom najmanjšega obsega podatkov, kot je navedeno v oddelku 4.1: upravljavci bi morali zagotoviti, da se obdelujejo samo osebni podatki, ki so potrebni za objavo takega oglaševanja. Upravljavci bi morali v vsakem primeru upoštevati potrebo po skladnosti s 6. členom Splošne uredbe o varstvu podatkov in tretjim odstavkom 5. člena Direktive o zasebnosti in elektronskih komunikacijah, kadar je to ustrezno.
76. Čeprav velikim spletnim platformam ni treba vedno ponujati brezplačnih storitev, ta dodatna alternativa **povečuje svobodno izbiro** posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki. Zato **upravljavci lažje dokažejo, da je privolitev dana prostovoljno**.
77. Po mnenju EOVP je vprašanje, ali je brezplačna alternativa brez vedenjskega oglaševanja na voljo ali ne, **še posebej pomemben dejavnik pri ocenjevanju, ali lahko posamezniki dejansko izbirajo**, in ali je torej privolitev veljavna. Kot je EOVP navedel v svojem odgovoru na pobudo Komisije za zavezo glede piškotkov, meni, da je pri ocenjevanju veljavnosti privolitve med drugim pomembno, ali je uporabniku poleg storitve, ki uporablja tehnologijo sledenja, in plačljive storitve ponujena še druga vrsta storitve, kot je tista, ki vključuje manj vsiljivo obliko oglaševanja, in ali je posamezniku, na katerega se nanašajo osebni podatki, na voljo dejanska izbira<sup>84</sup>.
78. Brezplačna alternativa brez vedenjskega oglaševanja, ki je na voljo kot dodatna alternativa, bi imela **pomembno vlogo pri odpravi, zmanjšanju ali ublažitvi škode**, ki lahko nastane za uporabnike, ki privolitev zavrnejo, zaradi plačila pristojbine za dostop do storitve ali zaradi nezmožnosti dostopa do nje.
79. Poleg tega se lahko privolitev, kot je že ugotovil EOVP, kadar obstaja očitno neravnovesje moči, uporabi le v „izjemnih okoliščinah“ in kadar lahko upravljavec v skladu z načelom odgovornosti dokaže, da za posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, ne bo „nobenih posledic“, če privolitev zavrne, zlasti če se posameznikom ponudi alternativa, ki nima nobenega negativnega učinka<sup>85</sup>. V okviru tega mnenja bi bila taka alternativa lahko ponudba brezplačne alternative brez vedenjskega oglaševanja.

---

<sup>84</sup> Odgovor EOVP na pobudo Komisije za prostovoljno zavezo podjetij za poenostavitev upravljanja piškotkov s strani potrošnikov in prilagojenih možnosti oglaševanja, sprejet 13. decembra 2023, str. 5 Priloge: „EOVP, meni, da je pri ocenjevanju veljavnosti privolitve med drugim pomembno, ali je poleg storitve, ki uporablja tehnologijo sledenja, in plačljive storitve, ponujena še druga vrsta storitve, na primer storitev z manj vsiljivo obliko oglaševanja, kot je kontekstualno oglaševanje, in ali je posamezniku, na katerega se nanašajo osebni podatki, na voljo dejanska izbira.“

<sup>85</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 22 in primer 5.

80. To, ali upravljavci ponujajo brezplačno alternativo brez vedenjskega oglaševanja, je lahko pomembno tudi pri ocenjevanju drugih vidikov prostovoljno dane privolitve, na primer, ali obstaja pogojenost, kot je pojasnjeno v oddelku 4.2.1.4 tega mnenja.
81. Kadar so posameznikom predstavljene različne možnosti, bi morali upravljavci zagotoviti tudi, da ti posamezniki v celoti razumejo, kaj vsaka možnost vključuje v smislu obdelave podatkov in njihovih posledic. Glede tega so pomembne ugotovitve iz oddelka 4.2.2 o informirani privolitvi in jih je treba upoštevati. **Jasnost različnih možnosti, med katerimi je mogoče izbirati**, bi se morala odražati tudi pri oblikovanju vmesnika, saj se je treba v skladu z načelom pravičnosti izogibati zavajajočemu ali manipulativnemu oblikovanju<sup>86</sup>.
82. Poleg tega EOVP opozarja, da bi morali upravljavci, ki so vratarji v skladu z Aktom o digitalnih trgih in/ali zelo velike spletne platforme na podlagi Akta o digitalnih storitvah, pri razvoju alternativnih možnosti za uporabnika upoštevati svoje zahteve<sup>87</sup>.

#### 4.2.1.2 Škoda

83. V skladu z uvodno izjavo 42 Splošne uredbe o varstvu podatkov mora imeti posameznik da bi se privolitev štela za prostovoljno, dejansko izbiro in možnost, da svojo privolitev zavrne ali prekliče brez škode, kar pomeni, da ne utrpi škode<sup>88</sup>. Možnost zavrnitve ali preklica privolitve brez škode mora dokazati upravljavec<sup>89</sup>.
84. Če posameznik zavrne privolitev v obdelavo podatkov za namene vedenjskega oglaševanja in ni drugih brezplačnih alternativ, ki bi mu omogočale dostop do iste storitve, bi bil soočen s finančnimi posledicami, saj bi moral za uporabo storitve plačati. To bi veljalo zlasti v primerih, ko so prisotni učinki priklenjenosti in je uporabnik lahko storitev uporabljal dlje časa, ne da bi moral plačevati pristojbino.
85. Da bi se izognili škodi v smislu uvodne izjave 42 Splošne uredbe o varstvu podatkov in zagotovili, da imajo posamezniki možnost dejanske izbire, način, na katerega se storitev ponuja<sup>90</sup>, ter plačilo (če obstaja) ne bi smela biti taka, da bi posameznikom, dejansko preprečevala svobodno izbiro, na primer tako, da bi posameznika napeljala k privolitvi. Zato zadevna pristojbina ne bi smela biti neprimerno visoka, kar je nadalje obravnavano v oddelku 4.2.1.4.2.

---

<sup>86</sup> Glej smernice EOVP o vgrajenem in privzetem varstvu podatkov, odstavek 70. Glej tudi smernice EOVP o zavajajočih oblikovalskih vzorcih.

<sup>87</sup> Glej drugi odstavek 5. člena Akta o digitalnih trgih. Poleg tega glej uvodno izjavo 36 Akta o digitalnih trgih: „Za zagotovitev, da vratarji ne ogrožajo nepravičnosti jedrnih platformnih storitev, bi morali končnim uporabnikom dati na voljo manj personalizirano, vendar enakovredno alternativo, in jim tako omogočiti, da se svobodno odločijo za vključitev v take prakse obdelave podatkov in vpisa, ne da bi uporabo jedrne platformne storitve ali nekaterih njenih funkcionalnosti pogojevali s privolitvijo končnega uporabnika.“ V uvodni izjavi 37 Akta o digitalnih trgih je dodano: „Manj personalizirana alternativa ne bi smela biti drugačna ali slabše kakovosti v primerjavi s storitvijo, ki se zagotavlja končnim uporabnikom, ki dajo privolitev, razen če je poslabšanje kakovosti neposredna posledica tega, da vratar ne more obdelati takih osebnih podatkov ali končnih uporabnikov ne more vpisati v storitev.“ Glej tudi 38. člen Akta o digitalnih storitvah: „[P]onudniki zelo velikih spletnih platform in zelo velikih spletnih iskalnikov, ki uporabljajo priporočilne sisteme, omogočijo vsaj eno možnost za vsak njihov priporočilni sistem, ki ne temelji na oblikovanju profilov, kakor so opredeljeni v členu 4, točka 4, Uredbe (EU) 2016/679“.

<sup>88</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavki 46, 47 in 48. Glej tudi odstavek 24.

<sup>89</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 46.

<sup>90</sup> Čeprav je privolitev pogosto mogoče dati z enim samim dejanjem, bi lahko zavrnitev privolitve od posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, zahtevala daljši in bolj zapleten plačilni postopek, ki je lahko povezan z nadaljnjimi dejavnostmi obdelave podatkov.

86. Če posameznik zavrne ali prekliče privolitev in ne plača zahtevane pristojbine, storitve ne bo mogel uporabljati, kar bi lahko pomenilo škodo zanj. V teh primerih lahko posameznikom škodo povzročijo različni dejavniki.
87. Posamezniki lahko utrpijo škodo, če ne morejo uporabljati storitve, ki je del njihovega vsakdana in ima pomembno vlogo. To bi lahko na primer veljalo za platformo, ki se pogosto in sistematično uporablja za razširjanje informacij, ki morda niso takoj na voljo iz drugih virov, ali za platformo, katere uporaba je potrebna za dostop do določenih storitev, pomembnih za vsakodnevno življenje posameznika. To so lahko informacije ali izmenjave, od katerih so uporabniki odvisni v vsakdanjem življenju, zaradi česar so v težjem položaju, če na platformi ne sodelujejo. Take situacije lahko segajo od pomembnih informacij ob splošni nevarnosti do staršev, ki prejemajo informacije o družabnih dejavnostih za svoje otroke. Poleg tega je platforma lahko ključni forum za javno razpravo o političnih, družbenih, kulturnih in gospodarskih vprašanjih.
88. Podobno je lahko uporaba nekaterih družbenih medijev odločilna za sodelovanje posameznikov v družbenem življenju. Ob hitrih tehnoloških inovacijah in dejstvu, da je večina ljudi prisotna na spletu, se ne sme podcenjevati vloge družbenih medijev v vsakdanjem življenju in interakcijah posameznikov. Številni posamezniki uporabljajo te platforme kot pomembno sredstvo za ohranjanje stikov z ljudmi, s katerimi v vsakdanjem življenju nimajo fizičnih stikov, kot so prijatelji in/ali družina. Glede na to, da so družbeni mediji še posebej dragocena in priročna alternativa osebnim stikom, lahko pomanjkanje dostopa do njih pomembno vpliva na čustveno in psihološko dobro počutje nekaterih uporabnikov. V zgoraj navedenih primerih posamezniki morda ne bi mogli biti vključeni v družbene interakcije, ki potekajo na platformi, in bi se morda počutili družbeno izolirane, zlasti kadar ni druge storitve, ki bi ponujala podobno izkušnjo in jo uporabljajo tudi njihovi družabni stiki. Enako velja za sodelovanje v spletnih forumih. Posamezniki morda v teh spletnih forumih za razprave ne bodo mogli sodelovati, čeprav so ti forumi zdaj pomemben del spletnih razprav.
89. Posamezniki lahko utrpijo škodo tudi, če se jim zaradi neplačevanja pristojbine in zavrnitve privolitve zavrne dostop do poklicnih ali zaposlitvenih platform. Natančneje, to lahko negativno vpliva na njihove možnosti za iskanje zaposlitvenih priložnosti ali vzpostavljanje in/ali vzdrževanje strokovnih mrež, saj se lahko počutijo prikrajšane v primerjavi z uporabniki, ki imajo dostop do storitve, ali pa ne morejo slediti pomembnemu razvoju na svojem področju dela.
90. Poleg tega je lahko verjetnost za nastanek škode, ki je lahko tudi znatnejša, večja v primeru velike spletne platforme, na kateri so lahko prisotni **učinki priklenjenosti ali mrežni učinki**. Škodljive posledice zavrnitve dostopa do storitve **lahko še bolj prizadenejo uporabnike spletnih platform, ki modelov „privoli ali plačaj“ ne uporabljajo od začetka, temveč so se za njihovo uvedbo odločile pozneje**.
91. Zaradi **mrežnih učinkov** se lahko posamezniki težje odločajo, da storitve ne bodo uporabljali, ne da bi pri tem utrpeli kakršne koli negativne posledice. To je zlasti pomembno za platforme, ki so odvisne od vsebin, ki jih ustvarjajo uporabniki, ali interakcije med uporabniki, kot so platforme za izmenjavo videov oziroma slik in platforme za komunikacijo, kot so spletna mesta družbenih medijev, platforme za zmenke, forumi za razprave ali platforme za rezervacije z velikim številom uporabnikov. Če ima platforma veliko bazo uporabnikov, lahko novi in obstoječi uporabniki menijo, da je interakcija v okviru te konkretne storitve potrebna za pridružitve digitalni skupnosti, v kateri so njihovi prijatelji, družina in sodelavci, ali za sodelovanje v političnih razpravah ali pogovorih. Drugi lahko menijo, da morajo uporabljati storitev v poklicnem okviru ali da morajo kot starši uporabljati določeno spletišče za prejemanje informacij v zvezi z njihovimi otroki, na primer starševske skupine za načrtovanje družabnih dejavnosti za otroke. Zavrnitev interakcije na platformi ali izbira druge storitve je lahko onemogočena,

saj posameznik težko prepriča svoje družbene, poklicne ali politične kroge v prehod z ene na drugo storitev, ki ne sledi svojim uporabnikom.

92. Škodo posameznikom, na katere se nanašajo osebni podatki, lahko povzročijo tudi kakršni koli **učinki priklenjenosti**. Uporabniki, ki platformo uporabljajo že nekaj časa, so morda že vzpostavili svojo spletno prisotnost na platformi in vanjo vlagali, na primer z vzpostavljanjem povezav in interakcij z drugimi uporabniki, ustvarjanjem vsebin, pridobivanjem sledilcev in „všečkov“. Ta učinek se še poveča, ko uporabnik na platformi preživi veliko časa, na primer, ko je platforma na voljo že dlje časa. Kadar se od takih uporabnikov zahteva, da za nadaljnjo uporabo storitve plačajo ali privolijo v obdelavo svojih osebnih podatkov za namene vedenjskega oglaševanja, vendar uporabniki to zavrnejo in izgubijo dostop do storitve, tvegajo, da svojih interakcij, sledilcev in povezav ne bodo mogli prenesti na novo platformo in/ali da bodo izgubili vsebine in informacije, ki so jih zbrali ali ustvarili med dosedanja uporabo storitve. To bi lahko zajemalo raznovrstno gradivo, kot so osebna komunikacija, sezname stikov, zgodovina iskanja, shranjene nastavitve, slike, nadzorne plošče, različne vrste prilagojenih podatkovnih zbirk itd. Za ustvarjalca vsebin na spletišču za souporabo medijev to lahko povzroči zelo veliko in potencialno nepopravljivo izgubo za uporabnika v smislu morebitne finančne izgube, izgube portfelja, ki ga je ustvarjalec morda v preteklih letih zgradil na platformi, in izgube sledilcev.
93. V tem okviru je treba opozoriti na pomen pravic posameznika, in na dejstvo, da bi moral upravljavec te pravice vedno spoštovati. Tudi če posameznik ne bi imel več dostopa do storitve, bi bil kot tak še vedno upravičen do uveljavljanja svojih pravic v skladu s Splošno uredbo o varstvu podatkov, na primer pravice do dostopa do svojih osebnih podatkov in pravico do prenosljivosti podatkov. Upravljavec mora posameznike o tem obvestiti, ko jim zagotovi možnost izbire, da privolitev dajo ali zavrnejo, in omogočiti ohranitev uveljavljanja teh pravic.
94. Če obstaja katera od (neizčrpnih) negativnih posledic, opisanih v zgornjih odstavkih, bi ponudba edine izbire med plačljivo storitvijo in storitvijo, ki vključuje vedenjsko oglaševanje, na podlagi privolitve posameznika vplivala na možnost, da posamezniki opravijo resnično izbiro in privolitev zavrnejo brez škode.
95. Glede na zgoraj navedeno je verjetno, da bo škoda nastala, če velike spletne platforme za pridobitev privolitve za obdelavo uporabljajo model „privoli ali plačaj“. Kot je navedeno v oddelku 4.2.1.1, bi to, da upravljavec kot dodatno alternativo ponuja brezplačno alternativo brez vedenjskega oglaševanja, imelo pomembno vlogo pri odpravi, zmanjšanju ali ublažitvi škode, ki lahko za uporabnike, ki privolitev zavrnejo, nastane zaradi plačila za dostop do storitve ali zaradi nezmožnosti dostopa do nje.

#### 4.2.1.3 Neravnotežje moči

96. V prvem delu uvodne izjave 43 Splošne uredbe o varstvu podatkov je navedeno, da je dinamika moči med posameznikom in upravljavcem pomembna za oceno, ali je bila privolitev posameznika dana prostovoljno:
- „Za zagotovitev, da je privolitev dana prostovoljno, privolitev ne bi smela biti veljavna pravna podlaga za obdelavo osebnih podatkov v posebnem primeru, ko obstaja očitno neravnotežje med posameznikom, na katerega se nanašajo osebni podatki, in upravljavcem, zlasti kadar je upravljavec javni organ in je zato malo verjetno, da je bila privolitev dana prostovoljno v vseh okoliščinah te specifične situacije. [...]“
97. Ker „dano prostovoljno“ pomeni, da mora posameznik ravnati avtonomno, je treba upoštevati položaj upravljavca in njegovo moč v razmerju do posameznikov. Če v danem položaju obstaja očitno neravnovesje med upravljavcem in posameznikom se lahko posameznik počuti prisiljenega sprejeti



odločitev, ki je sicer ne bi sprejel, kar pomeni poseg v njegovo svobodno izbiro. Kot je bilo že omenjeno, je v uvodni izjavi 43 Splošne uredbe o varstvu podatkov jasno navedeno, da privolitve v primeru očitnega neravnotežja praviloma ni mogoče uporabiti kot pravno podlago.

98. Kot je EOVP že navedel, se lahko privolitev, kadar obstaja očitno neravnotežje, uporabi le v „izjemnih okoliščinah“ in kadar lahko upravljavec v skladu z načelom odgovornosti dokaže, da za posameznika ne bo „nobenih posledic“, če privolitev zavrne, zlasti če se posameznikom, ponudi alternativa, ki nima nobenega negativnega učinka<sup>91</sup>. V okviru tega mnenja bi bila taka alternativa lahko ponudba brezplačne alternative brez vedenjskega oglaševanja (glej oddelek 4.2.1.1).
99. Vsi upravljavci, ki privolitve uporabljajo kot pravno podlago, morajo oceniti, ali so v položaju očitnega neravnotežja moči. Kadar je upravljavec „velika spletna platforma“, kot je opredeljena v tem mnenju, se lahko pri preverjanju, ali obstaja očitno neravnotežje moči, upoštevajo nekateri elementi. Več teh neizčrpnih in nekumulativnih dejavnikov je navedenih v nadaljevanju. Nekateri bodo pomembnejši za nekatere upravljavce in manj pomembni za druge. Vedno pa bi bilo treba te dejavnike oceniti za vsak primer posebej.
100. Prvi dejavnik, ki je lahko pomemben, je **položaj podjetja na trgu**. Glede tega je mogoče opozoriti, da bi lahko bilo neravnotežje očitnejše, če obstaja med upravljavcem in posameznikom formalno razmerje, na primer kadar je upravljavec javni organ ali delodajalec<sup>92</sup>. Vendar, kot je EOVP že poudaril, neravnotežja moči niso omejena na javne organe in delodajalce in se lahko pojavijo tudi v drugih primerih<sup>93</sup>. Vedno bi bilo treba oceniti dejanske in specifične dejavnike posameznega primera.
101. Splošna uredba o varstvu podatkov ne vsebuje nobenih izrecnih smernic o tem, kako položaj upravljavca na trgu vpliva na oceno o obstoju očitnega neravnotežja. Sodišče Evropske unije je v sodbi v zadevi *Bundeskartellamt* navedlo, da lahko obstoj prevladujočega položaja „povzroči očitno neravnotežje“<sup>94</sup>. Navedlo je tudi, da je to „pomemben dejavnik“ pri oceni<sup>95</sup>.
102. Izraz „prevladujoči položaj“ je dobro uveljavljen v konkurenčnem pravu EU. Upravljavci velikih spletnih platform lahko menijo, da so vidiki, uporabljeni za določitev prevladujočega položaja podjetja, koristni pri ocenjevanju obstoja očitnega neravnotežja moči. Ti vidiki vključujejo opredelitev upoštevne trga (kot sta proizvodni trg in geografski trg) ter opredelitev tržnega deleža in ovir za vstop ali širitev<sup>96</sup>.
103. Poleg tega je generalni pravobranilec v sklepnih predlogih v zadevi navedel, da upravljavcu ni treba imeti „prevladujočega položaja“ v smislu 102. člena PDEU, da bi bil njegov položaj tržne moči upošteven z vidika uporabe Splošne uredbe o varstvu podatkov<sup>97</sup>. EOVP se glede tega strinja z mnenjem generalnega pravobranilca.
104. Vendar je treba opozoriti, da je Sodišče Evropske unije navedlo, da je treba veljavnost privolitve posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, določiti ob upoštevanju enajstega odstavka 4.

---

<sup>91</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 22 in primer 5.

<sup>92</sup> Glej tudi smernice EOVP o privolitvi, oddelek 3.1.1.

<sup>93</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 24.

<sup>94</sup> Sodba Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*, točka 149.

<sup>95</sup> Sodba Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*, točka 154.

<sup>96</sup> Splošna metodologija za opredelitev upoštevne trga je na voljo v Obvestilu Komisije C/2024/1645. Glej tudi Sporočilo Komisije – Navodila glede prednostnih nalog izvrševanja Komisije pri uporabi člena 82 Pogodbe ES za izključevalna ravnanja, s katerimi prevladujoča podjetja zlorabljajo svoj položaj (2009/C 45/02, UL C 45, 24. 2. 2009, str. 7), kakor je bilo spremenjeno leta 2023 (C/2023/1923, UL C 116, 31. 3. 2023, str. 1).

<sup>97</sup> Sklepni predlogi generalnega pravobranilca Athanasiosa Rantosa, predstavljeni 20. septembra 2022, zadeva C-252/21, ECLI:EU:C:2022:704, točka 75.

člena in 7. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov ter njenih uvodnih izjav. Poleg tega je namen pravil o veljavni privolitvi posameznikom zagotoviti avtonomnost in svobodno izbiro. Po mnenju EOVP bi morali upravljavci za vsak primer posebej oceniti, ali je svoboda izbire posameznikov omejena. Morebiten „prevladujoči položaj“ upravljavca, čeprav je pomemben pri ocenjevanju neravnotežja moči, sam po sebi ne določa veljavnosti privolitve.

105. Na podlagi tega je mogoče ugotoviti, da bi lahko glede na okoliščine konkretnega primera obstajali primeri, v katerih bi lahko nadzorni organi sklepali o obstoju očitnega neravnotežja v smislu Splošne uredbe o varstvu podatkov, ne da bi bil ugotovljen prevladujoči položaj. Ključno vprašanje je, ali položaj upravljavca na trgu sam ali v kombinaciji z drugimi dejavniki privede do tega, da posamezniki nimajo na voljo drugih realnih alternativnih storitev, kot so platforme za izmenjavo videov, portali za prijave za zaposlitev ali platforme za nakup in prodajo določenega blaga in storitev.
106. Splošneje in kot je navedeno zgoraj v oddelku 4.1, bi moralo biti ravnotežje moči v skladu z načelom pravičnosti ključni dejavnik odnosa med upravljavcem in posameznikom: neravnotežja moči bi bilo treba preprečiti ali, kadar to ni mogoče, jih priznati in obravnavati z ustreznimi protiukrepi<sup>98</sup>. Namen tega je posamezniku zagotoviti dejansko svobodno izbiro pri privolitvi v obdelavo osebnih podatkov.
107. Pri ocenjevanju obstoja očitnega neravnotežja so pomembni tudi vidiki iz oddelka 4.2.1.2 zgoraj. V okviru velikih spletnih platform, ki izvajajo modele „privoli ali plačaj“, sta merili „neravnotežje moči“ in „škoda“ za oceno, ali je privolitev dana prostovoljno, tesno povezani.
108. Zlasti lahko obstoj mrežnih učinkov ali učinka priklenjenosti, kot je opisano zgoraj, uporabniku oteži ali onemogoči izbiro druge storitve. Kadar ima platforma veliko večjo bazo uporabnikov v primerjavi s katerimi koli ustreznimi alternativami ali kadar je uporabnik znatno vložil v platformo, se lahko uporabnik počuti prisiljenega v uporabo platforme; v teh primerih je lahko izbira druge storitve onemogočena ali pa je težko prepričati družbene, poklicne ali politične kroge o prehodu z ene storitve na drugo. Poleg tega in kot je pojasnjeno zgoraj, lahko učinki priklenjenosti povzročijo, da so priljubljene ali ustrezne vsebine osredotočene na določeno platformo, kar lahko vpliva tudi na ravnotežje moči v odnosu do novih uporabnikov, ki želijo pridobiti dostop do takih vsebin.
109. Posebna previdnost je potrebna v zvezi s ponudniki storitev, ki so vzpostavili veliko bazo uporabnikov, hkrati pa svoje storitve ponujajo brezplačno za vse uporabnike. Take storitve so morda pritegnile veliko uporabnikov, ki niso pripravljeni ali ne morejo plačati pristojbine in ki so storitev uporabljali v prepričanju, da ta nanje ne bo finančno vplivala. Uporabniki so morda sčasoma povečali svojo odvisnost od storitve, med drugim zaradi mrežnih učinkov omrežja in učinkov priklenjenosti. Če bi se v okviru take storitve pozneje uporabnikom začela ponujati izbira med obdelavo osebnih podatkov in plačilom pristojbine, bi to bilo mogoče razumeti kot primer izkoriščanja očitnega neravnotežja v škodo uporabnikov, saj uporabniki v tem primeru verjetno ne bodo imeli svobodne izbire.
110. Drug pomemben dejavnik pri ocenjevanju neravnotežja je obseg, v katerem je posameznik, **odvisen od storitve**, ki se zagotavlja. Izkušnje posameznika, da ima dejansko svobodno izbiro, so omejene, če se šteje, da je storitev bistvena, na primer za iskanje zaposlitve, dostop do bistvenih informacij, potrebnih v vsakdanjem življenju posameznikov ali sodelovanje v javni razpravi<sup>99</sup>.

---

<sup>98</sup> Smernice EOVP o vgrajenem in privzetem varstvu podatkov, odstavek 70.

<sup>99</sup> V teh primerih se lahko posameznik počuti prisiljenega privoliti v sledenje. EOVP je že navedel, da je privolitev lahko veljavna le, če ni elementov prisile ali pritiska (glej odstavek 24 smernic EOVP o privolitvi).

111. Poleg tega so **ciljni ali prevladujoči uporabniki** platforme element, ki ga je treba upoštevati. Na primer, če je platforma z oblikovanjem ali trženjem storitve namenjena predvsem otrokom ali jo uporabljajo predvsem otroci ali druge ranljive osebe, lahko to prav tako povzroči očitno neravnotežje med upravljavcem in posamezniki<sup>100</sup>.
112. Zgoraj navedeno so primeri elementov, ki lahko, če so prisotni, povzročijo neravnotežje moči v razmerju med posameznikom in upravljavcem.
113. Vendar lahko upravljavec trdi, da posamezniki niso prisiljeni dati privolitve ali plačati. Lahko se odločijo, da storitve sploh ne bodo uporabljali, ali pa uporabljajo drugo storitev, ki osebnih podatkov ne obdeluje na enak način kot upravljavec. Prvič, zgoraj opisani elementi lahko privedejo do situacije, v kateri uporabniki nimajo dejanske praktične možnosti, da zavrnejo uporabo storitve. Drugič, kot je navedeno v oddelku 4.2.1.4.1 v nadaljevanju, je EOVP v svojih smernicah o privolitvi navedel, da privolitve ni mogoče šteti za prostovoljno zgolj zato, ker obstaja druga podobna storitev, ki jo ponuja drug upravljavec in ki ne vključuje privolitve v obdelavo osebnih podatkov za dodatne namene<sup>101</sup>.

#### 4.2.1.4 Pogojenost

114. V skladu s četrtem odstavkom 7. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov se pri ugotavljanju, ali je bila privolitev dana prostovoljno, zlasti upošteva, ali se od posameznikov zahteva, da privolijo v dejavnosti obdelave, ki niso objektivno potrebne za pogodbo<sup>102</sup>, da bi pridobili dostop do storitve<sup>103</sup>.
115. EOVP je v svojih smernicah o privolitvi navedel, da bi upravljavec lahko trdil, da posameznikom omogoča dejansko izbiro, če lahko izbirajo med različico storitve, ki vključuje privolitev v uporabo osebnih podatkov za dodatne namene, na eni strani in enakovredno različico storitve, ki jo ponuja isti upravljavec in ne vključuje privolitve v uporabo podatkov za dodatne namene, na drugi strani, in da, če obstaja možnost, da se storitev zagotovi brez privolitve v zadevno drugo uporabo podatkov, to pomeni, da ni pogojene storitve<sup>104</sup>.
116. Nedavno je Sodišče Evropske unije v sodbi v zadevi *Bundeskartellamt* navedlo, da kadar dejanja obdelave podatkov niso nujna za izvajanje pogodbe, morajo imeti uporabniki svobodo, da zavrnejo privolitev za taka dejanja obdelave, ne da bi se morali v celoti odpovedati uporabi storitve<sup>105</sup>. V zvezi s

<sup>100</sup> Glede tega EOVP opozarja, da upravljavci spletnih platform na podlagi Akta o digitalnih storitvah na svojem vmesniku ne bi smeli prikazovati oglasov na podlagi oblikovanja profilov, kot je opredeljeno v četrtem odstavku 4. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov, z uporabo osebnih podatkov prejemnika storitve, ko z razumno gotovostjo vedo, da je prejemnik storitve mladoleten (glej drugi odstavek 28. člena Akta o digitalnih storitvah).

<sup>101</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 38.

<sup>102</sup> Smernice EOVP št. 2/2019 o obdelavi osebnih podatkov na podlagi člena 6(1)(b) Splošne uredbe o varstvu podatkov v okviru zagotavljanja spletnih storitev posameznikom, na katere se nanašajo osebni podatki, različica 2.0, sprejete 8. oktobra 2019 (v nadaljevanju: smernice EOVP na podlagi točke b prvega odstavka 6. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov), odstavki 30–33.

<sup>103</sup> Glej tudi uvodno izjavo 43 Splošne uredbe o varstvu podatkov in smernice EOVP o privolitvi, odstavki 25–41.

<sup>104</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 37.

<sup>105</sup> Sodba Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*, točka 150. Sodišče je v točki 102 v delu, ki obravnava vprašanje uporabe točke b prvega odstavka 6. člena kot zakonite podlage za obdelavo, navedlo tudi, da je personalizacija vsebin „koristna za uporabnika“, vendar „da ni razvidno, da bi bila [...] nujna za to, da se temu uporabniku ponudijo storitve spletnega družbenega omrežja“, zato se mu te storitve lahko „po potrebi zagotovijo v obliki enakovredne alternative, ki ne vključuje take personalizacije, tako da ta ni objektivno nujna za cilj, ki je sestavni del teh storitev“.

tem je v sodbi Sodišča Evropske unije navedena obveznost, da se ponudi „enakovredna alternativa, ki ni povezana s takimi dejanji obdelave podatkov“ („po potrebi za ustrezno plačilo“)<sup>106</sup>.

117. V tej izjavi Sodišča Evropske unije je navedeno, da modeli „privoli ali plačaj“ načeloma niso prepovedani. Hkrati Sodišče ni podrobneje opredelilo pomena izrazov „enakovredna alternativa“ in „po potrebi za ustrezno plačilo“. EOVP želi zato pojasniti, da si ta del sodbe razlaga tako, da je treba posameznikom, ki se odločijo za zavrnitev privolitve, ponuditi „enakovredno alternativo“: s tem se lahko prepreči, da bi se posamezniki soočili s pogojenostjo, ki bi privedla do neveljavne privolitve. V zvezi s tem glej odstavek 73.
118. Vendar ta izjava Sodišča Evropske unije obravnava predvsem vidik pogojenosti. Upravljavci bi morali zagotoviti, da so izpolnjeni vsi pogoji za prostovoljno in splošno veljavno privolitev. Zato bo treba veljavnosti privolitve vedno oceniti za vsak primer posebej.

#### 4.2.1.4.1 Zagotavljanje „enakovredne alternative“

119. EOVP želi zagotoviti merila, ki lahko pomagajo oceniti, ali je treba alternativno različico storitve šteti za enakovredno različici storitve, ki se opravlja pod pogojem privolitve v obdelavo osebnih podatkov za namene vedenjskega oglaševanja (v tem oddelku navedeno kot **različica z vedenjskim oglaševanjem**). EOVP je v zvezi s tem poudaril, da „morata biti obe storitvi dejansko enakovredni“<sup>107</sup>.
120. EOVP je navedel, da privolitve ni mogoče šteti za prostovoljno, če upravljavec trdi, da obstaja izbira med njegovo storitvijo (ki vključuje privolitev v uporabo osebnih podatkov za dodatne namene) in enakovredno storitvijo, ki jo ponuja drug upravljavec, saj bi bila svobodna izbira odvisna od tega, kaj počnejo drugi udeleženci na trgu in ali bi se posamezniku storitve drugega upravljavca zdele dejansko enakovredne<sup>108</sup>. V zvezi s tem se ti sklepni predlogi nanašajo na **alternativno različico zadevne storitve, ki jo ponuja isti upravljavec**, ki ne vključuje privolitve v obdelavo osebnih podatkov za namene vedenjskega oglaševanja (v tem oddelku navedeno kot **alternativna različica**).
121. Če se alternativna različica od različice z vedenjskim oglaševanjem razlikuje le v obsegu, ki je potreben, ker upravljavec ne more obdelovati osebnih podatkov za namene vedenjskega oglaševanja, jo je načeloma mogoče šteti za enakovredno.
122. V drugih primerih je lahko ocena odvisna od tega, ali alternativna različica v osnovi vsebuje enake elemente in funkcije, pri čemer se kot izhodišče upošteva različica z vedenjskim oglaševanjem. Enakovrednost obstaja, če alternativna različica načeloma vključuje enake značilnosti in funkcije (funkcionalna enakovrednost), alternativna različica in različica z vedenjskim oglaševanjem pa nista nujno popolnoma enaki.
123. Če v primerjavi z različico z vedenjskim oglaševanjem alternativna različica ni drugačne ali slabše kakovosti in nobena funkcija ni ukinjena (razen če so kakršne koli spremembe neposredna posledica tega, da upravljavec ne more obdelovati osebnih podatkov za namene, za katere je zaprosil za privolitev)<sup>109</sup>, potem se lahko alternativna različica šteje za dejansko enakovredno različici z vedenjskim oglaševanjem.

<sup>106</sup> Sodba Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*, točka 150.

<sup>107</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 37.

<sup>108</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 38.

<sup>109</sup> Glej tudi uvodni izjavi 36 in 37 Akta o digitalnih trgih: Akt o digitalnih trgih daje smernice za pogoje enakovrednosti storitve, pri čemer navaja, da „manj personalizirana alternativa ne bi smela biti drugačna ali

124. Bolj kot se alternativna različica razlikuje od različice z vedenjskim oglaševanjem, manj verjetno je, da se alternativna različica šteje za dejansko enakovredno, čeprav je to treba oceniti za vsak primer posebej.
125. Enakovrednost – kar pomeni „imeti enako vrednost“ – kaže v dve smeri. Po eni strani, kot je navedeno zgoraj, uporabniki ne bi imeli nobene prave izbire, če bi bila alternativna različica slabše kakovosti ali bi imela manj funkcij kot različica z vedenjskim oglaševanjem.
126. Po drugi strani pa bi bilo treba možnost vključitve dodatnih funkcij v alternativno različico previdno oceniti, ker je treba ohraniti resnično enakovrednost med različicami storitve, kot je opisano zgoraj, uporabniki pa morajo imeti možnost dejanske izbire.
127. Pomembno je, da se Sodišče Evropske unije sklicuje na določbo o enakovredni alternativni, **ki ni povezana s takimi dejanji obdelave podatkov**<sup>110</sup>, tj. z dejanji obdelave podatkov, ki niso potrebna za zagotavljanje storitve in temeljijo na privolitvi. Ker obdelava za namene vedenjskega oglaševanja ni potrebna za zagotavljanje storitve in temelji na privolitvi, je treba to obdelavo v alternativni različici opustiti. EOVP želi opozoriti, da to ni omejeno na to, da se posameznikom prikazuje oglasi, prilagojeni na podlagi njihovega profila, kot je navedeno v opredelitvi vedenjskega oglaševanja v oddelku 2.1.2. Nanaša se tudi na različne dejavnosti obdelave, ki jih upravljavci izvajajo za namene vedenjskega oglaševanja, kar se začne z začetnim sledenjem uporabnikov za tak namen. Zato bi bilo treba pri alternativni različici načeloma opustiti tudi dejanja obdelave, ki bi se izvajala kot predpogoj za obdelavo za namene vedenjskega oglaševanja<sup>111</sup>.
128. Vendar EOVP poudarja, da v primeru, ko upravljavci v okviru alternativne različice izvajajo sledenje za namene, ki niso vedenjsko oglaševanje, na primer za varnostne namene, takih dejanj obdelave ni treba nujno opustiti, če v celoti izpolnjujejo zahteve iz Splošne uredbe o varstvu podatkov, vključno s potrebo po uporabi ustrezne zakonite podlage v skladu s 6. členom Splošne uredbe o varstvu podatkov in tretjim odstavkom 5. člena Direktive o zasebnosti in elektronskih komunikacijah.
129. Poleg tega, kot je poudarjeno v oddelku 4.2.2 o „informirani privolitvi“, sta skladnost z načeloma preglednosti in pravičnosti<sup>112</sup> ter izpolnjevanje obveznosti glede preglednosti bistvena tudi za zagotavljanje, da ima uporabnik dejansko izbiro. Zato mora imeti uporabnik možnost, da v celoti primerja vse alternativne možnosti, ki jih ponuja upravljavec. Uporabnik bi moral razumeti posledice privolitve v obdelavo za namene vedenjskega oglaševanja, ki vodi do različice z vedenjskim oglaševanjem, in izbire alternativne različice. Imeti mora tudi možnost, da razume posledice svoje izbire v zvezi s tem, katera dejanja obdelave se izvajajo v vsakem primeru, in podrobnosti o zagotovljenih alternativnih možnostih.

---

slabše kakovosti v primerjavi s storitvijo, ki se zagotavlja končnim uporabnikom, ki dajo privolitev“. Čeprav v Akt o digitalnih trgih ni opredeljeno, kaj bi lahko bila „manj personalizirana“ alternativa, so načela, ki so tam določena, koristna v danem okviru. Glej tudi oddelek 4.2.1.2 (Škoda).

<sup>110</sup> Sodba Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*, točka 150.

<sup>111</sup> Te faze lahko vključujejo opazovanje vedenja uporabnika in zbiranje osebnih podatkov, potrebnih za vedenjsko oglaševanje.

<sup>112</sup> Glej točko a prvega odstavka 5. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov.

#### 4.2.1.4.2 „Po potrebi za ustrezno plačilo“

130. EOVP želi najprej opozoriti, da **osebnih podatkov ni mogoče šteti za blago, s katerim je mogoče trgovati**<sup>113</sup>. Pravica do varstva podatkov je med drugim zapisana v 8. členu Listine o temeljnih pravicah in velja za vse, ne glede na plačilo ali finančni status.
131. V angleški različici sodbe Sodišča Evropske unije je navedeno, da se lahko uporabnikom, ki privolitev zavrnejo, „po potrebi“ (*if necessary*) naloži ustrezna pristojbina, v drugih jezikovnih različicah pa se za ta element ocene uporablja drugačno izražje. V francoski različici je na primer uporabljen izraz „*le cas échéant*“, v nemški pa „*gegebenenfalls*“. EOVP meni, da **bi morale biti za uvedbo pristojbine podane določene okoliščine** ob upoštevanju možnih alternativ vedenjskemu oglaševanju, ki vključujejo obdelavo manjšega obsega osebnih podatkov, in položaja posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki. Na to nakazujeta **izraza „po potrebi“ in „ustrezno“**, vendar se to ne bi smelo razumeti kot zahteva, da se plačilo pristojbine naloži „po potrebi“ v smislu prvega odstavka 52. člena Listine EU o temeljnih pravicah in zakonodaje EU o varstvu podatkov. Tako besedilo je treba razumeti na način, ki je združljiv z različnimi jezikovnimi različicami sodbe.
132. Z drugimi besedami, **upravljavci bi morali za vsak primer posebej oceniti, ali je plačilo sploh ustrezno in kakšen znesek je ustrezen v danih okoliščinah, ob upoštevanju zahtev veljavne privolitve v skladu s Splošno uredbo o varstvu podatkov in potrebe po preprečitvi, da bi se temeljna pravica do varstva podatkov spremenila v nekaj, za kar morajo posamezniki plačati, da bi ga lahko uživali, ali v nekaj nadstandardnega, kar bi bilo rezervirano za premožne ali tiste, ki so v dobrem finančnem položaju.**
133. V sodbi v zadevi *Bundeskartellamt* ni določenih elementov, na katere bi se morala opreti ocena primernosti, EOVP pa opozarja, da je vprašanje, kaj je veljavna privolitev, ocena zakonodaje o varstvu podatkov. To pomeni, da **bi ocena veljavnosti privolitve morala temeljiti na načelih varstva podatkov in ciljih, ki jih želi doseči Splošna uredba o varstvu podatkov.**
134. Kadar upravljavci kot alternativo storitvi, ki vključuje vedenjsko oglaševanje na podlagi obdelave osebnih podatkov, za katero je potrebna privolitev, ponujajo plačljivo storitev, bi morali med drugim **zagotoviti, da plačilo ne ovira posameznikov da zavrnejo privolitev, prav tako pa zaradi plačila ne smejo čutiti, da so v privolitev prisiljeni.** Upravljavci bi morali oceniti, ali **posameznikom omogočajo dejansko izbiro in jih ne silijo k privolitvi.** Pri naložitvi pristojbine je treba upoštevati **avtonomijo** posameznikov in jim omogočiti dejansko izbiro med tem, ali bodo privolitev dali ali jo zavrnil. Upravljavci bi morali oceniti, ali plačilo za njihovo plačljivo različico storitve posameznikom omogoča, da dajo veljavno privolitev v obdelavo svojih osebnih podatkov za različico storitve, ki vključuje vedenjsko oglaševanje.
135. Pri ugotavljanju, ali bi lahko plačilo oviralo zmožnost posameznika, da da privolitev, bi morali posebno pozornost nameniti načelom varstva podatkov iz 5. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov. **Pravičnost** bi morala biti vodilno načelo<sup>114</sup> za določitev ustreznega plačila v danem primeru. Če se posameznikom ponudijo dodatne možnosti, kot je navedeno v oddelku 4.2.1.1, je lažje utemeljiti, da je plačilo za dostop do storitve za uporabnike, ki privolitev zavrnejo, pravična, saj imajo uporabniki večjo svobodo izbire.

<sup>113</sup> Smernice EOVP na podlagi točke b prvega odstavka 6. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov, odstavek 54; Direktiva (EU) 2019/770, uvodna izjava 24.

<sup>114</sup> V zvezi s tem glej Smernice EOVP o členu 25 – Vgrajeno in privzeto varstvo podatkov, različica 2.0, odstavek 70.

136. V zvezi s tem je bistveno **načelo odgovornosti** iz drugega odstavka 5. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov. Podjetja lahko svobodno določajo svoje cene in se odločajo, kako bodo njihovi modeli prihodkov strukturirani, vendar je treba to pravico uravnotežiti s temeljno pravico posameznikov do varstva njihovih osebnih podatkov. Načelo odgovornosti pomeni, da morajo upravljavci zagotoviti in dokumentirati, da je privolitev dana prostovoljno, če zaračunavajo pristojbino za dostop do različice storitve, ki ne vključuje vedenjskega oglaševanja. Upravljavci bi morali dokumentirati svoje odločitve in oceno, ali je določena pristojbina v konkretnem primeru primerna, s čimer dokažejo, da naložitev pristojbine dejansko ne ogroža možnosti prostovoljne privolitve v zadevni situaciji.
137. Kot je navedeno zgoraj v odstavku 32, **so nadzorni organi zadolženi za izvrševanje uporabe Splošne uredbe o varstvu podatkov, vključno z zahtevami glede veljavne privolitve**. To se lahko nanaša tudi na vpliv kakršnega koli plačila na svobodno izbiro posameznikov. Čeprav morajo upravljavci sami določiti znesek pristojbine, lahko nadzorni organi posredujejo in naložijo korektivne ukrepe, če ugotovijo, da privolitev ni bila dana prostovoljno ali da načelo odgovornosti ni bilo upoštevano. V zvezi s tem so pristojni za pregled ali oceno ocene primernosti, ki jo opravijo upravljavci. Nadzorni organi morajo ugotoviti, koliko je to zadevo primerno raziskati<sup>115</sup>.
138. EOVP poudarja, da je izvrševanje Splošne uredbe o varstvu podatkov naloga nadzornih organov. Ocena, ali je privolitev veljavna in dana prostovoljno, ni naloga, ki bi jo bilo mogoče prenesti na zunanje izvajalce. Vendar obstajajo številne okoliščine, v katerih lahko nadzornim organom koristi, če se v skladu z načelom lojalnega sodelovanja iz tretjega odstavka 4. člena PEU posvetujejo z organi na drugih pravnih področjih, med drugim zlasti z organi za varstvo potrošnikov in organi, pristojnimi za varstvo konkurence, kot je nedavno poudarilo Sodišče Evropske unije<sup>116</sup>. Nadzorni organi se lahko po potrebi pri opravljanju svojih nalog posvetujejo s takimi organi. Posvetovanje s takimi organi je lahko obvezno, kadar nadzorni organi uporabljajo ali razlagajo področja prava EU, ki so pod nadzorom drugih organov.

#### 4.2.1.5 Razdrobljenost

139. Drug pogoj v zvezi s prostovoljno dano privolitvijo se nanaša na razdrobljenost. Razdrobljenost je ključni element pri ocenjevanju, ali so nameni dovolj ločeni. Kadar je posamezniku ponujen model „privoli ali plačaj“, bi moral imeti možnost, da svobodno izbere posamezni namen obdelave, ki ga sprejme, namesto da bi moral dati privolitev, ki združuje več namenov. Splošna uredba o varstvu podatkov se na podrobnost sklicuje v uvodni izjavi 43, v kateri je pojasnjeno, da se domneva, da privolitev ni dana prostovoljno, če zahteva za privolitev posameznikom ne omogoča, da bi dali ločeno privolitev za različne namene obdelave<sup>117</sup>. Razdrobljenost je tesno povezana z zahtevo, da mora biti privolitev izrecna, kot je podrobneje obravnavano v oddelku 4.2.3<sup>118</sup>. Kot je že navedel EOVP, je „[č]e

<sup>115</sup> Glej člen 57(1), točka (f), splošne uredbe o varstvu podatkov, ki je pomemben tudi za preiskave, ki se izvedejo po uradni dolžnosti.

<sup>116</sup> Sodba Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*, točka 53: „Na podlagi tega načela se morajo v skladu z ustaljeno sodno prakso države članice, vključno s svojimi upravnimi organi, na področjih, ki jih ureja pravo Unije, medsebojno spoštovati in si pomagati pri izpolnjevanju nalog, ki izhajajo iz Pogodb, sprejeti vse ustrezne ukrepe, da bi zagotovile izvajanje obveznosti, ki izhajajo med drugim iz aktov institucij Unije, ter se vzdržati vseh ukrepov, ki bi lahko ogrozili doseganje ciljev Unije.“

<sup>117</sup> V uvodni izjavi 32 Splošne uredbe o varstvu podatkov je navedeno: „Privolitev bi morala zajemati vse dejavnosti obdelave, izvedene v isti namen ali namene. Kadar je obdelava večnamenska, bi bilo treba privolitev dati za vse namene obdelave.“

<sup>118</sup> Glej smernice EOVP o privolitvi, odstavka 42 in 55.

se podatki obdelujejo za več namenov, [...] rešitev za skladnost s pogoji za veljavno privolitve v razdrobljenosti, tj. ločitvi teh namenov in pridobitvi privolitve za vsak namen"<sup>119</sup>.

140. Razdrobljenosti privolitve v zvezi z vedenjskim oglaševanjem na velikih spletnih platformah je treba nameniti posebno pozornost, saj zapletena dinamika predstavlja pomembne izzive. V tem okviru je treba opozoriti, da spletne platforme, ki so vključene v vedenjsko oglaševanje, uporabljajo tehnično napredno infrastrukturo, ki je pogosto del digitalnega ekosistema, v katerem se več podatkovnih točk iz različnih virov najverjetneje kombinira, analizira in lahko postane predmet avkcijskega zakupa v realnem času. Glede na to različno dinamiko upravljavci posameznikom ne morejo predložiti splošne privolitve za številne različne namene, na primer personalizacija vsebin, personalizacija oglasov, razvoj storitev, izboljšanje storitev, merjenje ciljne skupine. Glede tega EOVP opozarja, da bi morali imeti posamezniki, na katere se nanašajo osebni podatki, možnost, da svobodno izbirajo, kateri namen obdelava sprejemajo, namesto da bi se soočili z eno zahtevo za privolitev, ki združuje več namenov obdelave. V zvezi s tem bi bilo treba poudariti razlikovanje namenov, povezanih s funkcionalnostjo storitve, od namenov vedenjskega oglaševanja, in dejanja obdelave, ki jih to spremlja<sup>120</sup>. Vidiki, ki so v zvezi s tem navedeni v oddelkih 4.2.2 in 4.2.3 o informirani in posebni privolitvi, so pomembni tudi v tem primeru.

#### 4.2.2 Informirana privolitve

141. Informirana privolitev je (kot „ozaveščena privolitev“) izrecno omenjena v uvodni izjavi 42 Splošne uredbe o varstvu podatkov: „[d]a bi posameznik, na katerega se nanašajo osebni podatki, lahko dal ozaveščeno privolitev, bi moral poznati vsaj identiteto upravljavca in namene obdelave osebnih podatkov.“
142. Zagotovitev informacij posameznikom **pred pridobitvijo njihove privolitve** je bistvena, da se jim omogoči, da sprejmejo informirane odločitve in razumejo, s čim se strinjajo. Če upravljavec ne zagotovi dostopnih informacij, postane uporabnikov nadzor navidezen, privolitev pa je neveljavna.
143. Zato je treba posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, obvestiti o nekaterih elementih, ki so bistveni za dejansko izbiro. Odvisno od okoliščin bo morda potrebnih več informacij, da se posamezniku omogoči, da **resnično razume zadevna dejanja obdelave**<sup>121</sup>.
144. Ker je pogoj informirane privolitve povezan tudi s splošnimi načeli, kot so preglednost, pravičnost in odgovornost, je treba ta načela upoštevati pri ocenjevanju modelov „privoli ali plačaj“ (glej oddelek 4.1 zgoraj). Ker se pogoji informirane in izrecne privolitve nanašajo na raven in kakovost informacij, ki jih je treba zagotoviti posamezniku, bi bilo treba oddelka 4.2.2 in 4.2.3 tega mnenja razumeti kot oddelka, ki se medsebojno dopolnjujeta.

---

<sup>119</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 44.

<sup>120</sup> Tak namen se lahko nanaša tudi na dejanja tehnične obdelave, ki so neločljivo povezana z namenom oglaševanja, kot je omejevanje pogostosti ali merjenje učinkovitosti oglaševalskih kampanj. Glej odgovor EOVP na pobudo Komisije za prostovoljno zavezo podjetij za poenostavitev upravljanja piškotkov s strani potrošnikov in prilagojenih možnosti oglaševanja, str. 7 Priloge.

<sup>121</sup> EOVP ugotavlja, da je Sodišče Evropske unije izdalo sodbo, v kateri je določilo, da morajo informacije „posamezniku [, na katerega se nanašajo osebni podatki,] omogočiti, da z lahkoto ugotovi posledice morebitne [...] privolitve, in zagotoviti, da je ta privolitev dana ob popolni seznanjenosti z dejstvi“. Sodba Sodišča Evropske unije z dne 11. novembra 2020, *Orange Romania/Autoritatea Națională de Supraveghere a Prelucrării Datelor cu Caracter Personal (ANSPDCP)*, C-61/19, ECLI:EU:C:2020:901, točka 40.



#### 4.2.2.1 Zahteve glede vsebine, da bi bila privolitev „informirana“

145. V okviru modelov „privoli ali plačaj“ bi morale velike spletne platforme določiti, katere informacije je treba zagotoviti posameznikom v zvezi z obdelavo njihovih osebnih podatkov za namene vedenjskega oglaševanja. Na splošno morajo upravljavci v skladu z načelom odgovornosti vzpostaviti in dokumentirati postopek obveščanja, ki posameznikom omogoča, da v celoti in jasno razumejo vrednost, obseg in posledice svojih možnih izbir.
146. Ker se v uvodni izjavi 42 Splošne uredbe o varstvu podatkov uporablja izraz „vsaj“, ni navedenega izčrpnega seznama informacij, ki jih je treba posredovati posamezniku da bi se zagotovila informirana privolitev. Identiteta upravljavca in opis namenov dejavnosti obdelave sta minimalna zahteva. Take zahteve se prilagodijo za vsak primer posebej, odvisno od dejavnosti obdelave, ki jih načrtuje upravljavec<sup>122</sup>.
147. Besedilo „posameznik, na katerega se nanašajo osebni podatki [...] bi moral poznati“ določa odgovornost upravljavcev, da zagotovijo, da uporabniki razumejo, katera dejanja obdelave podatkov bo upravljavec izvajal, ko bodo začeli uporabljati storitev. To vključuje obveznost obveščanja uporabnikov o dejavnostih obdelave, ki potekajo v ozadju in s katerimi morda niso seznanjeni. Če ustrezne informacije niso zagotovljene, se lahko pojavi asimetričnost informacij, posamezniki pa morda ne bodo mogli predvideti, kako se bodo obdelovali njihovi osebni podatki<sup>123</sup>. Velike spletne platforme bi morale zagotoviti, da posamezniki jasno razumejo dejavnosti obdelave in kakršne koli spremembe, ki nanje vplivajo, na primer pri prehodu na model „privoli ali plačaj“.
148. V okviru vedenjskega oglaševanja je pomembno zagotoviti dovolj podrobne informacije, da lahko posamezniki razumejo, za katere vidike storitve dajejo privolitev, hkrati pa ohranijo možnost, da zavrnejo privolitev v zvezi z drugimi vidiki. Podrobne informacije, ki posameznikom omogočajo razlikovanje med različnimi nameni obdelave, so pogoj za veljavno privolitev. V zvezi s tem velike spletne platforme od posameznikov ne bi smele zahtevati, da dajo privolitev za dejavnosti obdelave, katerih namen ni ustrezno opredeljen ali je dvoumen. Posamezniku bi moralo biti na primer jasno, za katere namene se njegovi podatki zbirajo, kateri podatki se zbirajo za vsak posamezen namen in zakaj<sup>124</sup>. Velike spletne platforme namena dejavnosti obdelave ne bi smele opredeliti v smislu, ki je preširok, da bi lahko posameznik razumel posledice svoje izbire (na primer „komercialni nameni“ ali „personalizacija“). Ugotovitve iz oddelka 4.2.3 o zahtevah za posebno privolitev so pomembne tudi v tem pogledu.
149. Velike spletne platforme bi morale zagotoviti pošten in popoln opis namena, za katerega se pridobiva privolitev. Opisa namena obdelave denimo ne smejo omejiti na prednosti, ki jih zagotavljajo posameznikom, na katere se nanašajo osebni podatki (na primer bolj prilagojena izkušnja), če ima taka obdelava za te posameznike tudi druge posledice (na primer oblikovanje profilov, vsiljivo sledenje).
150. V okviru modelov „privoli ali plačaj“ je treba izbire, predstavljene posameznikom skladiti z informacijami, ki so jim na voljo. Posamezniku mora biti jasno, čemu je o plačilo namenjeno in kako bi

---

<sup>122</sup> V zvezi z minimalnimi zahtevami glede vsebine, da bi bila privolitev „informirana“, glej oddelek 3.3.1 smernic EOVP o privolitvi.

<sup>123</sup> V zvezi s tem EOVP ugotavlja, da prvi in drugi odstavek 7. člena Direktive o nepoštenih poslovnih praksah (Direktiva 2005/29/ES Evropskega parlamenta in Sveta o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu (UL C 526, 29. 12. 2021, str. 1)) določa obveznost podjetij, da zagotovijo vse informacije, ki jih povprečni potrošnik potrebuje za sprejetje informirane odločitve.

<sup>124</sup> Glej „Minimalne zahteve glede vsebine, da bi bila privolitev ‚informirana‘“ v smernicah EOVP o privolitvi, odstavka 64 in 65.

to vplivalo na obdelavo podatkov. Kadar se v vsaki od možnosti zagotovijo informacije o poslovnih modelih upravljavca, te ne smejo nadomestiti informacij o obdelavi osebnih podatkov.

151. Poleg tega je vedenjsko oglaševanje nujno povezano z oblikovanjem profila spletnih dejavnosti posameznika in pogosto vključuje uporabo osebnih podatkov, pridobljenih posredno od tega posameznika. Postopek oblikovanja profilov pogosto vključuje nepregledne interakcije in izmenjave podatkov med upravljavcem in tretjimi osebami. Ta nepreglednost se lahko na primer pojavi pri navzkrižni uporabi podatkov na platformi in zunaj nje. Velike spletne platforme lahko osebne podatke, zbrane na njihovi platformi in zunaj nje, obdelujejo zaradi oblikovanja profilov. Upravljavci morajo zagotoviti, da posamezniki, na katere se nanašajo osebni podatki, razumejo tehnike, vključene v postopke oblikovanja profilov<sup>125</sup>. V zvezi s tem je v uvodni izjavi 60 Splošne uredbe o varstvu podatkov navedeno, da je dajanje informacij o oblikovanju profilov del obveznosti upravljavca glede preglednosti na podlagi točke a prvega odstavka 5. člena navedene uredbe.
152. Upravljavci bi morali zagotoviti ustrezne informacije o vsaki različici storitve, ki jo ponujajo, tudi kadar eden ali več od njih ne potrebuje privolitve za namene vedenjskega oglaševanja. To velja tudi za brezplačno alternativo brez vedenjskega oglaševanja (glej oddelek 4.2.1.1). Upravljavec mora pri vsaki možnosti zagotoviti tudi preglednost glede pravne podlage za obdelavo osebnih podatkov posameznikov.
153. Velike spletne platforme bi morale pri zagotavljanju informacij posameznikom upoštevati zlasti naslednje:
  - kjer je primerno, prejemnike ali kategorije prejemnikov osebnih podatkov;
  - kjer je primerno, dejstvo, da namerava upravljavec osebne podatke prenesti v tretjo državo, in obdobje, za katero bodo osebni podatki shranjeni;
  - zbiranje in obdelavo podatkov, ki jih hrani upravljavec, ne glede na to, ali posameznik privoli v vedenjsko oglaševanje;
  - pravico posameznika, da kadar koli prekliče svojo privolitve, in posledice takega preklica ter
  - kombinacijo ali navzkrižno uporaba podatkov, kar pomeni, ali in v kolikšnem obsegu se podatki združujejo s podatki, ki se zberejo v okviru drugih storitev (istega upravljavca), in podatki, ki jih zberejo drugi upravljavci.

#### 4.2.2.2 *Kako zagotoviti informacije*

##### 4.2.2.2.1 *Čas in prikaz sporočila*

154. Velike spletne platforme bi morale pred začetkom obdelave podatkov za namene vedenjskega oglaševanja zagotoviti popolne informacije. Na primer, lahko predstavijo kratek povzetek razlik med posameznimi ponujenimi možnostmi v modelu „privoli ali plačaj“ ter nato za vsako možnost podajo popolne in podrobne informacije prek ločenih gumbov.

---

<sup>125</sup> Delovna skupina iz člena 29, WP 251 rev. 1, z dne 3. oktobra 2017, Smernice o avtomatiziranem posameznem sprejemanju odločitev in oblikovanju profilov za namene Uredbe 2016/679, kakor so bile nazadnje revidirane in sprejete 6. februarja 2018 in ki jih je EOVP potrdil 25. maja 2018 (v nadaljevanju: smernice Delovne skupine iz člena 29 o avtomatiziranem posameznem sprejemanju odločitev), str. 9.

155. Priporočila iz smernic EOVP o zavajajočih oblikovalskih vzorcih v vmesnikih platform družbenih medijev so pomembna za opredelitev načina sporočanja informacij posameznikom<sup>126</sup>. Poleg tega bi bilo treba posameznikom zagotoviti dovolj časa za preučitev informacij, ki jih prejmejo<sup>127</sup>.

#### 4.2.2.2 Zahteve glede preglednosti

156. Velike spletne platforme, ki izvajajo model „privoli ali plačaj“, bi morale upoštevati smernice o preglednosti na podlagi Splošne uredbe o varstvu podatkov<sup>128</sup>.
157. V zvezi z jezikom, ki se uporablja za zagotavljanje informacij, elementi „jedrnatosti“ ter „jasnega in preprostega jezika“ od upravljavca zahtevajo, da jezik prilagodi posameznikom<sup>129</sup>. To pomeni, da je treba informacije zagotoviti na jasn in razumljiv način za ciljno skupino.
158. Za izpolnitev teh zahtev glede preglednosti bi moral upravljavec oceniti, kateri ciljni skupini zagotavlja storitve. Po opredelitvi ciljne skupine bi morali upravljavci določiti, kateri jezik in pristop k sporočanju sta primerna. S tem bi morali zagotoviti, da njihova ciljna skupina razume storitev in kako uporaba storitve vpliva na njihove osebne podatke.
159. V uporabljenem besedilu se jasno opredelijo posledice izbire posameznika, za obdelavo njegovih osebnih podatkov<sup>130</sup>. Upravljavec posamezniku na primer pojasni, da bo s svojo izbiro odločil, ali bodo oglasi prisotni ali ne in ali in v kolikšnem obsegu bo upravljavec obdeloval osebne podatke za vedenjsko oglaševanje.
160. Upravljavci lahko uporabljajo različne kanale obveščanja, odvisno od vrste zagotovljene spletne platforme. Posameznikom, na katere se nanašajo osebni podatki, se lahko na primer zagotovijo informacije z videoposnetki, v katerih so pojasnjene razlike med alternativami, ali interaktivnimi stranmi s primeri storitev v okviru različnih možnosti. Upravljavci lahko preučijo tudi možnost izvajanja uporabniških testov, da bi ugotovili, kateri kanal obveščanja je najprimernejši.

#### 4.2.3 Izrecna privolitev

161. Točka a prvega odstavka 6. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov določa, da mora biti privolitev dana za „enega ali več določenih namenov“. Zahteva, da mora biti privolitev „izrecna“, je tesno povezana z zahtevami, da mora biti tudi „informirana“ in „razdrobljena“. Da bi bila privolitev izrecna, bi morale velike spletne platforme opredeliti poseben, izrecen in zakonit namen za dejavnosti obdelave, za katere se pridobiva privolitev, ter posameznikom zagotoviti zadostne informacije o takih dejavnostih obdelave<sup>131</sup>. Preprečiti je treba razširjanje ali zameglitev namenov (tako imenovana širitev

---

<sup>126</sup> Smernice EOVP o zavajajočih oblikovalskih vzorcih.

<sup>127</sup> V zvezi s tem glej tudi smernice EOVP o zavajajočih oblikovalskih vzorcih, odstavki 43–48.

<sup>128</sup> Delovna skupina iz člena 29, WP 260 rev. 01, Smernice o preglednosti na podlagi Uredbe 2016/679, sprejete 29. novembra 2017, kakor so bile nazadnje revidirane in sprejete 11. aprila 2018 in ki jih je EOVP potrdil 25. maja 2018 (v nadaljevanju: smernice Delovne skupine iz člena 29 o preglednosti).

<sup>129</sup> V odstavku 13 smernic Delovne skupine iz člena 29 o preglednosti je navedeno, da bi bilo treba zagotoviti „prevod v enega ali več drugih jezikov [...], kadar so ciljna skupina upravljavca posamezniki, na katere se nanašajo osebni podatki in ki govorijo navedene jezike“.

<sup>130</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 70.

<sup>131</sup> Glej tudi uvodno izjavo 28, v kateri je navedeno, da je treba namene „določiti ob zbiranju podatkov“. Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 56.

prvotnega namena (angl. *function creep*)), saj bi se s tem spodkopalo načelo omejitve namena in ravnalo v nasprotju s tem načelom<sup>132</sup>.

162. Glede na zapleteni sistem dejavnosti obdelave podatkov za vedenjsko oglaševanje bi morale velike spletne platforme natančno opredeliti in razmejiti namene svojih dejavnosti obdelave. Upravlavec mora namene vedenjskega oglaševanja predstaviti tako, da lahko uporabnik razume, katere dejavnosti obdelave se izvajajo za vsak namen, in se odloči, ali bo dal privolitev<sup>133</sup>.
163. Velike spletne platforme bi morale za vsak primer posebej oceniti in dokumentirati, ali zagotavljanje vedenjskega oglaševanja zanje pomeni obdelavo osebnih podatkov za različne namene, in zahtevati ločeno privolitev za te namene<sup>134</sup>. Nasprotno pa za tehnične postopke, ki so lahko neločljivo povezani z enim samim namenom, morda ni potrebna ločena privolitev<sup>135</sup>. Upoštevati je treba tudi ugotovitve iz oddelka 4.2.1.5 (glede razdrobljenosti) in oddelka 4.2.2 (glede informirane privolitve).

#### 4.2.4 Nedvoumna izjava volje

164. Privolitev je veljavna v skladu z enajstim odstavkom 4. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov, če med drugim pomeni „nedvoumno izjavo volje posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki“, ali s katero „z jasnim pritrdilnim dejanjem“ posameznik izrazi soglasje z obdelavo osebnih podatkov, ki se nanašajo nanj.<sup>136</sup> To pomeni, da mora biti očitno, da je posameznik privolil v določeno obdelavo podatkov<sup>137</sup>.
165. Upravljavci bi morali pozorno oblikovati način, kako se od posameznikov zahteva privolitev, zlasti kadar nameravajo pridobiti privolitev za druge namene, ki ne vključujejo vedenjskega oglaševanja (na primer izboljšanje storitev ali personalizacija vsebin). Na splošno ni mogoče šteti, da posamezniki nedvoumno soglašajo z vsemi nameni z enim samim dejanjem, kadar bi bilo primerno, da bi lahko izrazili podrobnejše preference.
166. V okviru modelov „privoli ali plačaj“ se od uporabnikov zahteva, da dajo privolitev za nekatere dejavnosti obdelave, da bi pridobili dostop do storitve brez plačila. Kadar uporabnik privoli v dejavnosti obdelave, ki omogočajo brezplačen dostop do storitve, bi bilo treba šteti, da uporabnik daje privolitev samo za te dejavnosti obdelave, pri čemer se upošteva zahteva, da mora biti privolitev „izrecna“. Da bi se štelo, da je bila privolitev jasno dana za druge namene, bi moral uporabnik te namene aktivno izbrati.

---

<sup>132</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 56.

<sup>133</sup> Glej Mnenje št. 3/2013 Delovne skupine iz člena 29 o omejitvi namena (WP 203), str. 16: „Iz teh razlogov namen, ki je nejasen ali splošen, kot so na primer ‚izboljšanje izkušnje uporabnikov‘, ‚trženjski nameni‘, ‚varnost IT‘ ali ‚prihodnje raziskave‘, brez dodatnih podrobnosti navadno ne bo izpolnjeval merila, da je ‚določen‘.“

<sup>134</sup> Glej na primer sodbo Sodišča Evropske unije v zadevi *Bundeskartellamt*, točka 151: „[...] je [...] ustrezno, da se lahko poda ločena privolitev za obdelavo zadnje navedenih podatkov na eni strani in podatkov off Facebook na drugi strani.“

<sup>135</sup> Odgovor EOVP na pobudo Komisije za prostovoljno zavezo podjetij za poenostavitev upravljanja piškotkov s strani potrošnikov in prilagojenih možnosti oglaševanja, str. 7 (kjer je določeno naslednje: „Če uporabnik privoli v dostop ali shranjevanje informacij v svoji terminalski opremi za jasno opredeljen oglaševalski namen, se lahko ta namen nanaša na tehnične postopke obdelave, ki so neločljivo povezani z oglaševalskim namenom, kot je uporaba piškotkov za omejevanje pogostosti ali merjenje učinkovitosti oglaševalskih kampanj. Taka dejanja tehnične obdelave lahko vključujejo dostop do informacij v terminalski opremi ali njihovo shranjevanje.“).

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

<sup>137</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 75.

167. Drug vidik, ki je pomemben za obstoj nedvoumne izjave volje, je, da uporabnik ni izpostavljen zavajajočim oblikovalskim vzorcem in da so različne možnosti enako predstavljene. V zvezi s tem EOVP opozarja tudi na svoje smernice o zavajajočih oblikovalskih vzorcih v vmesnikih platform družbenih medijev<sup>138</sup>.
168. Pri modelih „privoli ali plačaj“ se je na primer treba zavedati, da lahko upravljavci z zagotavljanjem dvoumnih informacij uporabnike napeljejo v dajanje privolitve. To velja, če se privolitev pridobi z besedili, kot sta „preprosto nadaljaj“ ali „nadaljaj brez plačila“<sup>139</sup>. V teh primerih je neplačilo poudarjeno na način, da ni jasno, ali izbira brezplačne možnosti pomeni privolitev<sup>140</sup>. Za zagotovitev nedvoumne izjave volje bi bilo treba postavljena vprašanja oblikovati natančno in pregledno, privolitev v obdelavo osebnih podatkov pa ne bi smela biti predstavljena zgolj kot možnost, da se uporabnik izogne plačilu pristojbine.

## 4.3 Dodatni elementi

### 4.3.1 Preklic privolitve

169. Tretji odstavek 7. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov določa, da ima posameznik pravico, da svojo privolitev kadar koli prekliče. Poleg tega je v skladu s tretjim odstavkom 7. člena navedene uredbe privolitev „[...] enako enostavno preklicati kot dati“<sup>141</sup>. Zahteva glede enostavnega preklica je v Splošni uredbi o varstvu podatkov opisana kot nujni vidik veljavne privolitve<sup>142</sup>. Za izvajanje teh zahtev ni določene posebne rešitve. Zato je običajno treba za vsak primer posebej preveriti, ali je na voljo lahko dostopna možnost preklica, ki izpolnjuje pravne zahteve<sup>143</sup>. To je odvisno tudi od tega, ali je možnost preklica privolitve jasno in razločno prepoznavna in ni predstavljena v okviru zavajajočega ali manipulativnega oblikovanja<sup>144</sup>.
170. Obvezno je, da upravljavec posameznika obvesti o pravici do preklica privolitve, preden je privolitev dejansko dana<sup>145</sup>. Upravljavec mora posameznike obvestiti tudi o tem, kako se lahko ta pravica uveljavlja<sup>146</sup>.
171. Posamezniki bi morali imeti možnost, da svojo privolitev prekličejo brez škode<sup>147</sup>. Pomembno je opozoriti, da se, kadar posameznik pri preklicu privolitve utrpí škodo, lahko sklene, da privolitev ni bila nikoli veljavno pridobljena, in da je upravljavec odgovoren za izbris vseh osebnih podatkov o uporabniku, ki so bili zbrani na podlagi take neveljavne privolitve<sup>148</sup>.

---

<sup>138</sup> Smernice EOVP o zavajajočih oblikovalskih vzorcih.

<sup>139</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 84.

<sup>140</sup> Glej smernice EOVP o zavajajočih oblikovalskih vzorcih, Priloga I, kontrolni seznam 4.6.2.

<sup>141</sup> Ni nujno, da se to vedno zgodi z enakim dejanjem, vendar morajo imeti posamezniki, na katere se nanašajo osebni podatki, kadar je privolitev pridobljena z elektronskimi sredstvi s samo enim klikom miške, podrsljanjem ali pritiskom na tipko, v praksi možnost, da to privolitev enako preprosto prekličejo. Smernice EOVP o privolitvi, odstavka 113 in 114.

<sup>142</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 116.

<sup>143</sup> Glej poročilo o delu, ki ga je opravila delovna skupina EOVP za pasice za piškotke, odstavek 35.

<sup>144</sup> Glej tudi uvodno izjavo 37 Akta o digitalnih trgih: „Nazadnje, preklicati privolitev bi moralo biti ravno tako enostavno, kot jo dati. Vratarji ne bi smeli oblikovati, organizirati ali upravljati svojih spletnih vmesnikov na način, ki zavaja, manipulira ali kako drugače bistveno izkrivlja ali zmanjšuje zmožnost končnih uporabnikov, da prostovoljno dajo privolitev.“

<sup>145</sup> Tretji odstavek 7. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov.

<sup>146</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 116.

<sup>147</sup> Uvodna izjava 42 Splošne uredbe o varstvu podatkov, smernice EOVP o privolitvi, odstavka 46 in 114.

<sup>148</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 49.

172. V okviru modelov „privoli ali plačaj“, ki jih je treba upoštevati tukaj, je treba najprej razlikovati med uveljavljanjem pravice do preklica kot takega in voljo uporabnika, da po preklicu privolitve storitev uporablja še naprej. Pomembno je, da se zagotovijo pregledne in jasno prepoznavne informacije o tem, kako se lahko uveljavlja pravica do preklica, da bi se preprečil vtis, da bo preklic samodejno privedel do sklenitve plačljive naročnine. V takih primerih se bo uporabnik z uveljavljanjem pravice do preklica ponovno soočil z izbiro, ali naj privoli v obdelavo za namene vedenjskega oglaševanja ali sklene plačljivo naročnino (ali pa se odloči za brezplačno alternativo brez vedenjskega oglaševanja, kjer je to ponujeno). V zvezi s to posledico je treba odgovoriti enako kot na splošno vprašanje, ali je v primeru modelov „privoli ali plačaj“ možna svobodna izbira. Standard za ugotavljanje obstoja škode se torej sklicuje na pojasnila v oddelku 4.2.1.2 (Škoda). Če se v posameznem primeru oceni, da je mogoča svobodna izbira, bi to moralo veljati tudi za preklic, sicer bi privolitev v vsakem primeru bila neveljavna.
173. Ne glede na to bi moralo biti jasno, da odločitev uporabnika, da sklene plačljivo naročnino za storitev po tem, ko je najprej dal privolitev za obdelavo podatkov za namene vedenjskega oglaševanja, pomeni preklic njegove privolitve. Nasprotno pa prekinitvev plačljive naročnine ni enakovredna dajanju privolitve.
174. Da bi se ocenilo, ali pravica do preklica izpolnjuje zahteve Splošne uredbe o varstvu podatkov, bi bilo treba upoštevati tudi posledice uveljavljanja pravice do preklica. V smernicah EOVP o privolitvi je pojasnjeno, da so v primeru preklica privolitve praviloma vsa dejanja obdelave, ki so temeljila na privolitvi in so potekala pred preklicem privolitve in v skladu s Splošno uredbo o varstvu podatkov, še naprej zakonita, vendar mora upravljavec ustaviti povezana dejanja obdelave<sup>149</sup>. Če ni druge zakonite podlage, ki bi utemeljevala obdelavo, vključno z nadaljnjim shranjevanjem podatkov, mora upravljavec podatke izbrisati<sup>150</sup>.
175. S preklicem privolitve v obdelavo za namene vedenjskega oglaševanja bi se zato morale prenehati izvajati vse dejavnosti obdelave, ki jih dovoljuje privolitev posameznika. To ne vpliva le na shranjevanje in/ali dostop do podatkov na terminalski opremi za namene vedenjskega oglaševanja, temveč tudi na nadaljnjo obdelavo podatkov, zbranih za te namene (na primer kadar se ti podatki nadalje posredujejo tretjim osebam). To je še zlasti pomembno v okoliščinah, ko upravljavec uporablja veliko oglaševalsko mrežo za ciljno usmerjanje v posameznike in njihovo sledenje na več spletiščih.
176. Sklepne ugotovitve Sodišča Evropske unije v sodbi v zadevi *Proximus*<sup>151</sup> se uporabljajo tudi v okviru vedenjskega oglaševanja, zlasti pri uporabi metod spletnega trženja, kot je avkcijski zakup v realnem času. V nasprotju z načelom, po katerem naj bo preklic tako preprost kot privolitev, bi bilo tudi, če bi moral uporabnik sam uveljavljati svojo pravico do preklica pri vsakem posameznem zadevnem upravljavcu, pri čemer se privolitev lahko da vsem skupaj z enim klikom. Poleg tega bi bilo treba profile,

---

<sup>149</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 117

<sup>150</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 117.

<sup>151</sup> Sodba Sodišča Evropske unije v zadevi *Proximus NV/Gegevensbeschermingsautoriteit*, C-129/21, ECLI:EU:C:2022:833. Sodišče Evropske unije je v sodbi v zadevi *Proximus* navedlo, da kadar se različni upravljavci opirajo na eno privolitev posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, zadostuje, da ta posameznik privolitev prekliche pri katerem koli upravljavcu (točka 84). Sodišče Evropske unije nadalje navaja, da mora: „upravljavec, pri katerem je zadevni posameznik preklical svojo privolitev za obdelavo svojih osebnih podatkov, za zagotovitev učinkovitosti pravice do preklica privolitve [...] in za zagotovitev, da je privolitev posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, strogo vezana na namen, za katerega je bila dana, o tem preklicu dejansko obvestiti vsakogar, ki mu je te podatke posredoval, in osebo, ki ji je navedene podatke posredoval. Tako obveščeni upravljavci so nato morali posredovati te informacije drugim upravljavcem, ki so jih o teh podatkih obvestili“. (točka 85).

zlasti pri oblikovanju in razširjanju uporabniških profilov, ki se uporabljajo za vedenjsko oglaševanje, po preklicu privolitve izbrisati in se jih ne bi smelo obdelovati, niti za drug namen, ki temelji na drugačni pravni podlagi, razen kadar se osebni podatki že od vsega začetka obdelujejo za drug namen z veljavno pravno podlago.

#### 4.3.2 Obnavljanje privolitve

177. Splošna uredba o varstvu podatkov ne določa posebnega roka glede tega, kako pogosto je treba privolitev obnoviti ali kako dolgo se lahko šteje, da posameznik s privolitvijo izjavlja svojo voljo. Upravljavci bi morali to oceno izvesti za vsak primer posebej.

EOVP je v svojih smernicah določil merila, ki bi upravljavce lahko usmerjala pri določanju trajanja privolitve, vključno z okvirom, obsegom prvotne privolitve in pričakovanji posameznika<sup>152</sup>. Pri taki oceni bi bilo morda treba upoštevati določbe iz druge zakonodaje EU, odvisno od posebnih okoliščin posameznega primera, kot je določba iz drugega odstavka 5. člena Akta o digitalnih trgih.

178. V okviru vedenjskega oglaševanja se ob upoštevanju vsiljivosti obdelave zdi primerno, da privolitev ostane veljavna za neko omejeno časovno obdobje, na primer eno leto<sup>153</sup>.

## 5 SKLEPNE UGOTOVITVE

179. V okviru modelov „privoli ali plačaj“, ki jih izvajajo velike spletne platforme, EOVP poudarja, da morajo upravljavci izpolnjevati vse zahteve iz Splošne uredbe o varstvu podatkov, zlasti zahteve za veljavno privolitev, kot so opisane v tem mnenju, hkrati pa oceniti posebnosti vsakega posameznega primera.

Ugotoviti je treba, da velike spletne platforme v večini primerov ne bodo mogle izpolnjevati zahtev za veljavno privolitev, če uporabnikom ponudijo le binarno izbiro med privolitvijo v obdelavo osebnih podatkov za namene vedenjskega oglaševanja in plačilom pristojbine.

180. EOVP opozarja, da osebnih podatkov ni mogoče šteti za blago, s katerim je mogoče trgovati, velike spletne platforme pa bi morale upoštevati potrebo po preprečevanju, da bi temeljna pravica do varstva podatkov postala nekaj, za kar bi posamezniki morali plačati, da bi ga lahko uporabljali. Zato ponujanje (zgolj) plačljive alternative storitvi, ki vključuje obdelavo za namene vedenjskega oglaševanja, ne bi smelo biti privzet nadaljnji korak za upravljavce. Nasprotno, pri razvoju alternative različici storitve z vedenjskim oglaševanjem bi morale velike spletne platforme preučiti možnost, da posameznikom zagotovijo „enakovredno alternativo“, ki ne vključuje plačila (na primer vključitev drugačne oblike oglaševanja, ki ni vedenjsko oglaševanje).
181. Če se upravljavci odločijo, da bodo posameznikom zagotovili „enakovredno alternativo“, ki vključuje plačilo, da bi jim s tem omogočili dejansko izbiro in preprečili, da bi morali izbirati med plačilom in privolitvijo v obdelavo za namene vedenjskega oglaševanja, bi morali preučiti tudi možnost, da ponudijo dodatno brezplačno alternativo brez vedenjskega oglaševanja, na primer z obliko oglaševanja, ki vključuje obdelavo manjšega obsega osebnih podatkov ali ki take obdelave sploh ne vključuje. To je še posebej pomemben dejavnik pri ocenjevanju nekaterih meril za veljavno privolitev v skladu s Splošno uredbo o varstvu podatkov.

<sup>152</sup> Smernice EOVP o privolitvi, odstavek 110.

<sup>153</sup> Glej tudi mnenje Delovne skupine iz člena 29 o spletnem vedenjskem oglaševanju, str. 16.

V večini primerov bo to, ali upravljavec brezplačno ponuja dodatno alternativo brez vedenjskega oglaševanja, znatno vplivalo na oceno veljavnosti privolitve, zlasti ob upoštevanju vidika škode. Zato bi morale velike spletne platforme resno preučiti možnost ponudbe brezplačne alternative brez vedenjskega oglaševanja.

182. Na podlagi zahteve za mnenje nizozemskega, norveškega in nemškega (hamburškega) nadzornega organa in na podlagi zgornje analize EOVP ugotavlja, da **lahko privolitev, ki jo pridobijo velike spletne platforme** (kot je opredeljeno v tem mnenju) **v okviru modelov privoli ali plačaj v zvezi z vedenjskim oglaševanjem šteje za veljavno le, če lahko take platforme v skladu z načelom odgovornosti dokažejo, da so izpolnjene vse zahteve za veljavno privolitev**, kar pomeni, da:

— je privolitev **dana prostovoljno**. V zvezi s tem bi morale velike spletne platforme med drugim upoštevati tudi naslednje elemente:

- ali je posameznik utrpel **škodo** zaradi zavrnitve ali preklica privolitve. Glede tega bi morale velike spletne platforme, ki uporabljajo modele „privoli ali plačaj“, zagotoviti, da pristojbine niso take, da bi posameznikom učinkovito preprečevale svobodno izbiro, na primer z napeljevanjem k privolitvi. Poleg tega lahko škoda nastane, če posamezniki, na katere se nanašajo osebni podatki, ne plačajo pristojbine za zavrnitev privolitve in so zato izključeni iz storitve, če privolitev zavrnejo, zlasti v primerih, ko ima storitev pomembno vlogo ali je odločilna za sodelovanje v družbenem življenju ali dostop do poklicnih omrežij, še zlasti v primeru učinkov vezave ali omrežja. Škoda zato lahko nastane, kadar velike spletne platforme za pridobitev privolitve za obdelavo uporabljajo model „privoli ali plačaj“;
- ali obstaja **neravnotežje moči** med posameznikom in njimi. V zvezi s tem lahko velikim spletnim platformam pri tej oceni za vsak primer posebej pomagajo nekateri neizčrpani in nekumulativni dejavniki, vključno s položajem podjetja na trgu, obstojem učinkov priklenitve ali mrežnih učinkov, obsegom, v katerem se posameznik zanaša na storitev, ter ciljno ali prevladujočo skupino, ki uporablja storitev; kadar obstaja očitno neravnotežje, se privolitev lahko uporabi le v „izjemnih okoliščinah“ in kadar lahko upravljavec v skladu z načelom odgovornosti dokaže, da za posameznika ne bo „nobenih posledic“, če privolitev zavrne, zlasti če se posameznikom ponudi alternativa, ki nima nobenega negativnega učinka;
- ali je za dostop do blaga ali storitev potrebna privolitev, čeprav obdelava na podlagi privolitve ni potrebna za izpolnitev pogodbe, ki se uporablja za ponudbo takega blaga ali storitev. EOVP ugotavlja, da je Sodišče Evropske unije v sodbi v zadevi *Bundeskartellamt* navedlo, da se uporabnikom, ki zavrnejo privolitev za določena dejanja obdelave, „po potrebi za ustrezno plačilo ponudi enakovredna alternativa, ki ni povezana s takimi dejanji obdelave“. S tem se upravljavci izognejo vprašanju pogojenosti. V vsakem primeru morajo biti še vedno izpolnjena tudi druga merila za „prostovoljno dano“ privolitev. EOVP meni, da se potreba po tem, da se ponudi „**enakovredna alternativa**“, in ki jo omenja Sodišče Evropske unije, nanaša na alternativno različico zadevne storitve, ki jo ponuja isti upravljavec in ki ne vključuje privolitve v obdelavo osebnih podatkov za namene vedenjskega oglaševanja. EOVP določa elemente, ki lahko pomagajo zagotoviti, da je alternativa dejansko enakovredna. Če se alternativna različica razlikuje le v obsegu, ki je potreben, ker upravljavec ne more obdelovati osebnih podatkov za namene vedenjskega oglaševanja, jo je načeloma mogoče šteti za enakovredno. Poleg tega je treba v „enakovredni alternativni“ opustiti dejanja obdelave, ki niso potrebna za opravljanje



storitve in temeljijo na privolitvi. Ker dejanja obdelave, ki se izvajajo za namene vedenjskega oglaševanja, niso potrebna za opravljanje storitve in temeljijo na privolitvi, jih je treba izpustiti iz enakovredne alternative, razen če imajo taka dejanja obdelave tudi drug zakonit namen;

- ali je kakršna koli **pristojbina** naložena tako, da posameznikom onemogoča dejansko izbiro ali jih napeljuje k privolitvi. V zvezi z naložitvijo kakršne koli pristojbine za dostop do „enakovredne alternativne“ različice storitve bi morali upravljavci za vsak primer posebej oceniti, ali je pristojbina sploh primerna in kolikšen znesek je primeren v danih okoliščinah, ob upoštevanju potrebe po preprečevanju, da bi temeljna pravica do varstva podatkov postala dodatna funkcija, rezervirana za premožne. To oceno bi bilo treba izvesti ob upoštevanju zahtev glede veljavne privolitve in načel iz 5. člena Splošne uredbe o varstvu podatkov, zlasti načela pravičnosti, ter ob upoštevanju možnih alternativ vedenjskemu oglaševanju, ki vključujejo obdelavo manjšega obsega osebnih podatkov, in položaja posameznikov.

Nadzorni organi so zadolženi za izvrševanje Splošne uredbe o varstvu podatkov, kar se lahko nanaša tudi na vpliv kakršne koli pristojbine na svobodo izbire posameznikov. V številnih okoliščinah lahko nadzornim organom koristi, če se posvetujejo z organi na drugih pravnih področjih, med drugim zlasti z organi za varstvo potrošnikov in organi, pristojnimi za varstvo konkurence;

- ali lahko posamezniki svobodno izbirajo, kateri namen obdelave sprejemajo, namesto da bi se soočili z eno zahtevo za privolitev, ki združuje več namenov (**razdrobljenost**).

- Privolitev je **informirana**. Upravljavci morajo v skladu z načelom odgovornosti vzpostaviti in dokumentirati postopek obveščanja, ki posameznikom omogoča, da v celoti in jasno razumejo vrednost, obseg in posledice svojih možnih izbir. To pomeni, da bi bilo treba posameznikom pred kakršno koli izbiro zagotoviti jasne informacije o dejavnostih obdelave, povezanih z vsako od možnosti, ki so jim na voljo. Velike spletne platforme bi morale upoštevati zapletenost dejavnosti obdelave podatkov, ki so potrebne za zagotavljanje vedenjskega oglaševanja, ter zagotoviti, da se informacije zagotavljajo jasno in razumljivo za ciljno skupino.
- Privolitev je **nedvoumna izjava volje**. Velike spletne platforme bi morale pozorno oblikovati način, na katerega se od posameznikov zahteva privolitev, da bi se zagotovilo, da ti posamezniki niso izpostavljeni zavajajočim oblikovalskim vzorcem. Kadar uporabnik privoli v dejavnosti obdelave, ki omogočajo brezplačen dostop do storitve, bi bilo treba šteti, da uporabnik daje privolitev samo za te dejavnosti obdelave, pri čemer se upošteva zahteva, da mora biti privolitev posebna. Da bi se štelo, da je bila privolitev jasno dana za druge namene, bi moral uporabnik te namene aktivno izbrati.
- Privolitev je **izrecna**. To pomeni, da bi morale velike spletne platforme natančno opredeliti in razmejiti namene dejavnosti obdelave, za katere je potrebna privolitev. Privolitev, pridobljena za namene vedenjskega oglaševanja, ne sme biti združena z drugimi nameni. Velike spletne platforme bi morale za vsak primer posebej oceniti in dokumentirati, ali zagotavljanje vedenjskega oglaševanja zanje pomeni obdelavo osebnih podatkov za različne namene, in zahtevati ločeno privolitev za te namene.

183. EOVP opozarja, da **pridobitev privolitve velikih spletnih platform ne oprosti upoštevanja drugih pravil in načel, ki jih določa Splošna uredba o varstvu podatkov**, vključno z načeli iz njenega 5. člena.

Naslednja načela so še posebej pomembna za velike spletne platforme, ki uporabljajo modele „privoli ali plačaj“, in ne le pri ocenjevanju veljavnosti privolitve:

- **omejitev namena in najmanjši obseg podatkov** – velike spletne platforme morajo jasno opredeliti namen svojih dejavnosti obdelave in zagotoviti, da se obdelujejo samo osebni podatki, ki so potrebni za doseganje tega namena;
- **pravičnost** – da bi bile njihove dejavnosti obdelave pravične, morajo velike spletne platforme upoštevati vpliv svojih dejavnosti obdelave na pravice in dostojanstvo posameznikov ter posameznikom zagotoviti najvišjo možno stopnjo avtonomije;
- **vgrajeno varstvo podatkov** – velike spletne platforme morajo izvajati ustrezne tehnične in organizacijske ukrepe ter v svoje dejavnosti obdelave vključiti potrebne zaščitne ukrepe, da se izpolnijo zahteve Splošne uredbe o varstvu podatkov ter zaščitijo pravice in svoboščine posameznikov;
- **privzeto varstvo podatkov** – velike spletne platforme so odgovorne za izvajanje privzetih nastavitvev in možnosti obdelave tako, da se privzeto izvaja samo obdelava, ki je nujna za doseganje določenega, zakonitega namena;
- **odgovornost** – velike spletne platforme so odgovorne za skladnost s Splošno uredbo o varstvu podatkov, vključno z zgoraj navedenimi načeli, in morajo biti to skladnost zmožne dokazati.

Za Evropski odbor za varstvo podatkov

predsednica

(Anu Talus)