

Geo-lokalizácia a online marketing

JUDr. Zuzana Hečko, LL.M.

*e*FOCUS

ALLEN & OVERY

1. Geo-lokalizácia

Cena každej informácie sa zvyšuje ak sa k nej dá priradiť informácia o umiestnení užívateľa.

Smartfóny sú veľmi blízko spojené so svojimi majiteľmi.

Geo-lokalizáciu využívajú mnohé služby (napr. predpoveď počasia, navigácia)

Umiestnenie užívateľa je možné zistiť najmä prostredníctvom **WiFi**, **GPS** a **GSM**.

Definícia osobného údaju je veľmi široká. Dôležitá je **“zistiteľnosť”**.



1. Súhlas užívateľa s lokalizáciou

Na to, aby ste užívateľov mohli lokalizovať, v zásade budete potrebovať ich súhlas.



AKÝ SÚHLAS BUDE PLATNÝ?

Súhlas musí byť prejav vôle (napr. tick box). Pasívna činnosť nikdy nebude predstavovať platne daný súhlas.

Súhlas musí byť slobodne daný (možnosť súhlas kedykoľvek odvolať). Súhlas v rámci zamestnaneckého pomeru sa v zásade nepovažuje za slobodne daný (nepomer medzi postavením zamestnanca a zamestnávateľa).

Súhlas musí byť výslovný prejav vôle. To znamená, že musí byť vyjadrený jasne a jednoznačne.

Súhlas musí byť zrozumiteľný prejav vôle.

Súhlas musí byť informovaný. To znamená, že zákazníkovi musia byť poskytnuté informácie ohľadne čoho súhlasí. Teda najmä musí byť oboznámený ktoré osobné údaje (alebo ich rozsah) budú o ňom spracúvané, ktoré tretie strany k nim budú mať prístup, či ako dlho budú spracúvané a pod).

1. Súhlas s lokalizáciou

Ak je niečo technicky možné, nemusí to (vždy) znamenať, že je to v súlade so zákonom.

Ak si zákazník nezmení prednastavenie zariadenia dovoľujúce vysielanie geo-lokalizačných informácií neznamená to, že zákazník dal dostatočný súhlas.

Súhlas s lokalizáciou by nemal byť získavaný prostredníctvom včlenenia do obchodných podmienok.

Lokalizácia by mala byť od začiatku vypnutá a zákazník by ju mal sám zapnúť pre jednotlivé aplikácie.



Ak sa mení dôvod alebo spôsob geo-lokalizácie, zákazník musí dať nový súhlas.

Zariadenie by malo informovať, že geo-lokalizácia je zapnutá (napríklad neustále viditeľnou ikonou „GEO-LOCATION ON“).



V prípade dlhodobého sledovania umiestnenia užívateľa, súhlas by mal byť obnovovaný pravidelne.

1. Monitorovanie vozidiel prostredníctvom GPS

Zamestnanci v priestoroch zamestnávateľa ne strácajú svoje právo na súkromie.

Sledovanie pohybu vozidla nemá sledovať pohyb zamestnanca, ale pohyb vozidla.

Ak zamestnávateľ zavádza kontrolný mechanizmus prostredníctvom GPS systému, je povinný prerokovať so zástupcami zamestnancov (napr. s odborovou organizáciou) rozsah kontroly, spôsob jej uskutočnenia ako aj dobu jej trvania.

Súhlas zamestnanca s monitorovaním nebude platný. Zamestnávateľ môže spracúvať osobné údaje aj bez súhlasu, ak je to nevyhnutné na ochranu jeho práv a právom chránených záujmov (ochrana majetku zamestnávateľa alebo jeho finančných alebo iných záujmov)

Zariadenie bude treba vypnúť počas prestávky zamestnanca, po pracovnej dobe a počas víkendov. Zamestnancovi musí byť vysvetlené, ako a kedy zariadenie treba vypnúť a zapnúť.



2. Online marketing

- **Zákon č. 147/2001 o reklame:** „Reklama sa nesmie šíriť automatickým telefonickým volacím systémom, telefaxom a elektronickou poštou bez **predchádzajúceho súhlasu** ich užívateľa, ktorý je príjemcom reklamy.“
- **Zákon č. 351/2011 o elektronických komunikáciách** (transpozícia smernice 2006/169/EC): „Na účely priameho marketingu je dovoľené volanie alebo používanie automatických volacích a komunikačných systémov bez ľudského zásahu, telefaxu, elektronickej pošty vrátane služby krátkych správ účastníkovi alebo užívateľovi len s jeho predchádzajúcim súhlasom, pričom tento súhlas musí byť preukázateľný. Udelený súhlas možno kedykoľvek odvolať.“
- Predchádzajúci súhlas príjemcu elektronickej pošty [...] sa nevyžaduje ak ide o priamy marketing **vlastných podobných tovarov a služieb** osoby, **ktorého kontaktné informácie** na doručenie elektronickej pošty tá istá osoba **získala v súvislosti s predajom tovaru alebo služieb** [...]. Príjemcovi elektronickej pošty sa musí poskytnúť **možnosť jednoducho a bezplatne kedykoľvek odmietnuť také používanie kontaktných informácií** v čase ich získavania a **pri každej doručenej správe** ak také použitie predtým neodmietol. [...] sa vzťahuje na účastníkov a užívateľov, ktorí sú **fyzickými osobami**.“
- Pracovná skupina založená podľa článku 29: stanovisko 2/2010 (a ďalšie)



2. Online marketing (príklad)

Zákazník spoločnosti Zuzana-Pay	Ďalšie služby od Zuzana-Pay	Opt-in	✗
		Opt-out	✓
	Ponuka od iných spoločností	Opt-in	✓
		Opt-out	✓

Príklad:

Od dnes môžete platiť prostredníctvom Zuzana Pay za hračky a iný tovar v e-shope spoločnosti Super Hračky s.r.o. na stránke www.superhracky.sk. Každý, kto si v mesiaci júl 2015 zakúpi tovar v hodnote nad 50 € prostredníctvom Zuzana-Pay, dostane zľavu 5 €.

Príklad:

Vidíme, že cestujete do Londýna. Tu je voucher £ 5 na Uber taxi.



Ďakujem za pozornosť



Zuzana HEČKO

Senior Associate | IP/TMT Dpt
Allen & Overy, Bratislava, s.r.o.
Tel.: +421(2) 5920 2438
Zuzana.Hecko@allenoverly.com



These are presentation slides only. The information within these slides does not constitute definitive advice and should not be used as the basis for giving definitive advice without checking the primary sources.

Allen & Overy means Allen & Overy LLP and/or its affiliated undertakings. The term partner is used to refer to a member of Allen & Overy LLP or an employee or consultant with equivalent standing and qualifications or an individual with equivalent status in one of Allen & Overy LLP's affiliated undertakings.

eFOCUS