

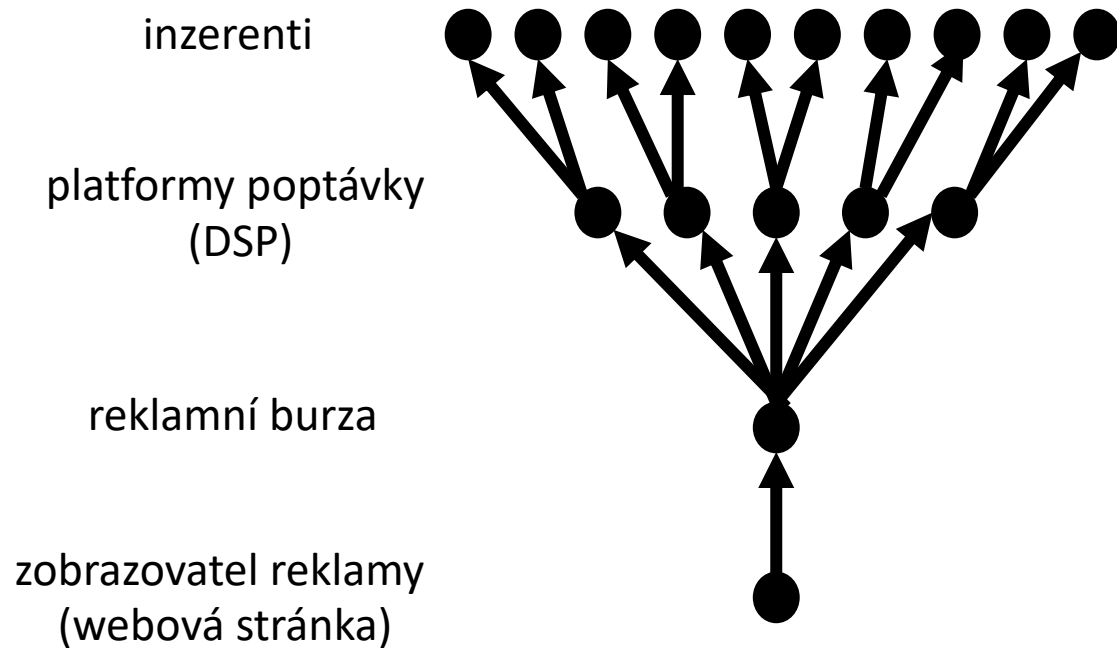
Real-time bidding, cookies a ochrana osobních údajů

Jan Tomášek

Ústav práva a technologií PrF MU

Real-time bidding dnes

- Schéma



- Rizika

- *Chilling effects*
- Manipulace
- Diskriminace

Souhlasy

← Vyberte partnery

Předvolby souhlasu můžete nastavit individuálně pro každého partnera uvedeného níže. Klikněte na jméno partnera a získáte další informace o tom, čím se zabývá, jaké údaje shromažďuje a jak je používá.

Všichni partneři

- 1plusX AG IAB TCF

Zpracování údajů na základě souhlasu:

- Ukládání a/nebo přístup k informacím v zařízení
- Vytvoření profilu pro personalizovanou reklamu
- Vytvoření profilu pro personalizovaný obsah

Zpracování údajů na základě oprávněného zájmu:

- Měření výkonu obsahu
- Měření výkonu reklamy
- Používání výzkumu trhu pro získání poznatků o uživatelích

Další zpracování údajů:

+ Zobrazit informace o uživateli

PRIVACY MANAGEMENT BY DIDOMI

- medián počtu třetích stran uvedených v souhlasu na nejčastěji navštěvovaných britských webech **315**
- průměrný čtenář by musel strávit v průměru **31 minut** čtením každého souhlasu

Nouwens, M., et al. Dark Patterns after the GDPR: Scraping Consent Pop-ups and Demonstrating their Influence. In: Bernhaupt, R., Mueller, F., Verweij, D., Andres, J. *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* [online]. New York: Association for Computing Machinery. 2020, s. 4 a 6. [cit. 10. 9. 2023]. <https://arxiv.org/abs/2001.02479>

Cíle

- Zmenšení rizik pro základní práva a svobody
- Snížení důrazu na kontrolu
- Minimalizace dopadů na financování webových stránek nabízejících bezplatný obsah a služby



Zapnutí funkce ochrany soukromí v reklamách

Zavádíme nové funkce ochrany soukromí, které vám dávají více možností výběru nad zobrazovanými reklamami.

Témata reklam pomáhají webům zobrazovat relevantní reklamy a zároveň chrání vaši historii prohlížení a identitu. Chrome může zaznamenávat témata, která vás na základě vaší nedávné historie prohlížení zajímají. Později může navštívený web požádat Chrome o sdělení relevantních témat, aby vám mohl přizpůsobit zobrazované reklamy.



V nastavení můžete zobrazit témata reklam a zablokovat ta, která s weby nechcete sdílet. Chrome také automaticky maže témata reklam starší než 4 týdny.

Další informace o tématech reklam

V nastavení Chromu můžete předvolby kdykoli upravit

Ne, děkuji

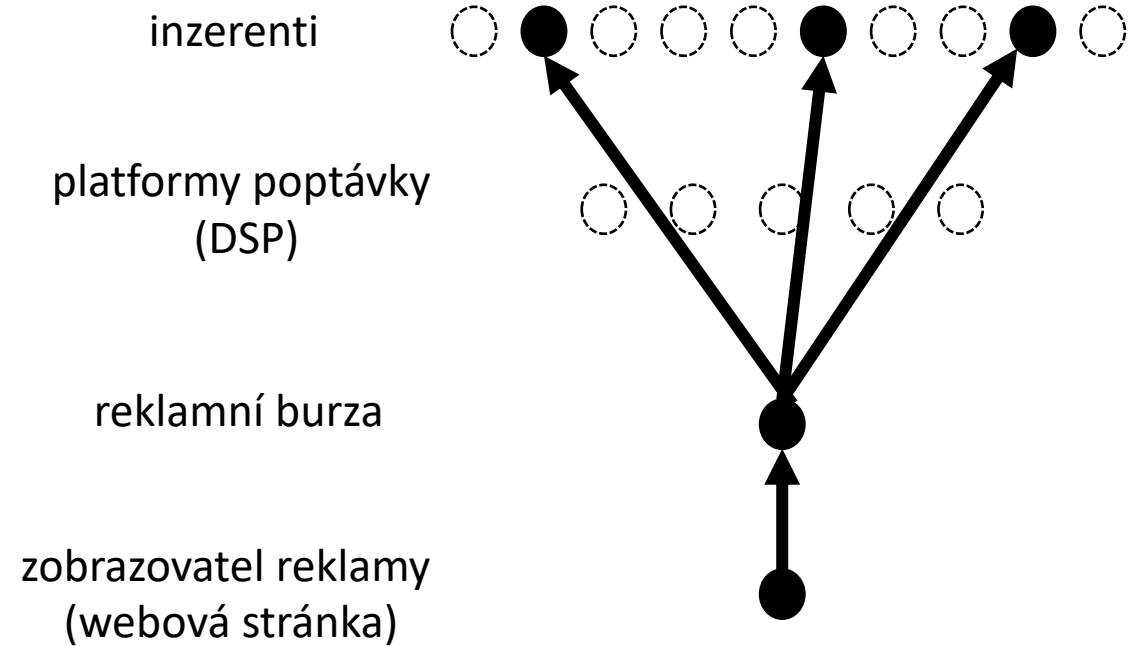
Zapnout

Vnější faktory

- Blokace cookies třetích stran od Q4 2024 v Google Chrome
- Safari a Firefox už blokují
- Nové technologie Topics API a Protected Audience API
 - Obě vyžadují souhlas podle čl. 5 odst. 3 směrnice ePrivacy a § 89 odst. 3 zákona o elektronických komunikacích
 - Obě představují zpracování osobních údajů

Návrh – vymáhat GDPR

- Důsledek – „rozbití“ ekosystému RTB na malé sítě (pokud budou dávat ekonomický smysl)



Návrhy – ePrivacy nařízení

- uložit tvůrcům prohlížečů
 - blokovat third-party cookies
 - přijmout vhodná opatření odpovídající stavu techniky k ochraně uživatele před neoprávněným a skrytým sledováním (např. *CNAME cloaking*, *fingerprinting*)
- upravit výjimku ze souhlasového režimu pro
 - Vlastní cookies a podobné technologie
 - Technologie nahrazující cookies třetích stran, pokud specifikaci schválí EDPB jako privacy friendly – požadovat jen souhlas při instalaci prohlížeče

Dotazy?