

Zákaznické karty

od 24. 11. 2010 08:00 do 1. 1. 2011 12:00 hod.

dotazy bylo možné pokládat do 31.12.2010 12:00:00 hod.

Popis fóra: Považujete zákaznické karty za přínosné? Uvědomujete si potenciální rizika zákaznických karet ve vztahu k ochraně vašeho soukromí a osobních údajů? Považujete za adekvátní, že za často nepatrné slevy mohou obchodní řetězce sledovat vaše nákupní zvyklosti a vytvářet si váš profil pro účely přímého marketingu, případně i pro účely jiné? Čtete obchodní podmínky, abyste věděli, komu dáváte přístup do svého soukromí, co bude dotyčný s vašimi osobními údaji dělat a komu je může dále předávat?

Dotazy z fóra: Zákaznické karty

Jméno: Sachmet

Email: zmzlonice@seznam.cz

Datum: 18. 12. 2010 - 23:23:36

Dotaz: Dobrý den, přijde vám přiměřené, aby se zákaznická karta "marketingově" užívala v oblasti služeb, které jsou jejím vlastnictvím podmíněny a jsou současně hrazeny z veřejných rozpočtů? Řekněme třeba plánovaná bezplatná přeprava a vstupné do veřejných muzeí v Praze, které budou dozajista podmíněny vlastnictvím OpenCard? Je smysluplné, aby využití dotovaných (daňovým poplatníkem nepřímo placených) služeb bylo podmíněno odevzdáním osobních dat soukromému provozovateli? Tedy obráceně, aby odpůrci tohoto způsobu platili vyšší cenu, než ti, kteří "dobrovolně" data odevzdají? Vždyť například na kartě k její "nepřenostnosti" stačí fotografie a ani případné další údaje není třeba shromažďovat.

Odpověď: Jedním z motivů pro otevření diskusního fóra na téma zákaznické karty byla právě snaha Úřadu upozornit na možná rizika - mezi něž patří i možné zneužití osobních údajů v kontextu marketingových aktivit - při poskytování osobních údajů v souvislosti se zřizováním nejrůznějších zákaznických nebo klientských karet.

Úřad pro ochranu osobních údajů dohlíží v rámci své zákonné kompetence mimo jiné i na to, aby osobní údaje byly zpracovávány pouze v takovém rozsahu, jaký je nezbytně nutný pro správcem stanovený účel zpracování. Při zjištění skutečnosti, která by mohla být v rozporu se zákonem o ochraně osobních údajů, hrozí správci pokuta.

Pokud dále uvádíte konkrétně osobní kartu Opencard, bylo ze strany Úřadu konstatováno porušení zákona o ochraně osobních údajů. Jedním z důvodů bylo právě to, že uživatel není informován o tom, co se bude dít s jeho údaji poté, co vyprší platnost Opencard (za to hrozí pokuta až 5 mil. Kč), není dostatečně informován ani o existenci anonymních karet, a byla uložena povinnost (kterou se kontrolovaný zavázal splnit do konce roku 2010), aby byli držitelé Opencard i noví žadatelé o ni informováni o možnosti využívat tzv. anonymizovanou personální kartu, funkčně shodnou s původní Opencard, která by zpracováváním osobních údajů nebyla podmíněna.

Jméno: Ivan Kopa

Email: Ivan.Kopa@seznam.cz

Datum: 15. 12. 2010 - 11:37:47

Dotaz: Dobrý den. Nemyslíte, že existuje i takový zájem zákazníků, aby o nich obchodník (či loajaltní program) věděl pokud možno hodně? Třeba proto, aby je neobtěžoval nabídkou produktů které nechtějí a nepotřebují? Anebo proto, aby mohl nabídnout produkty a slevy přiměřené jejich finanční situaci? V GB existují zákaznické kluby, které

napříč značkami ušetří lidem značné částky za benzín, energie, potraviny a finanční služby a současně chrání před špatně cílenými nabídkami.

Odpověď: Z hlediska práva nic nebrání tomu projevit osobní přání a preferenci; a proto musí mít každý možnost dát aktivně svůj souhlas s využíváním (zpracováním) svých osobních údajů. Ale musí ho dávat na základě plné informovanosti ze strany obchodníků o tom, co se s jeho osobními údaji bude dít. Samozřejmě může dát souhlas i k absolutnímu využívání svých osobních údajů, a nemá-li ani do budoucna obavu, ba i zveřejnit třeba číslo vlastní kreditní karty - ani to mu nikdo nezakazuje. Ovšem zdaleka ne každý má takto bezstarostný přístup ke svému soukromí, a tedy musí mít možnost si je chránit a rozhodovat o tom, kde vidí meze, za které už nechce, aby nikdo vstupoval. Toto právo je přiznáváno každému člověku jako jeho právo základní. A právě vyslovení souhlasu dává každému možnost, aby souhlasem vyjádřil svobodně svou vůli. Odkazy na právně relevantní dokumenty jsou uvedeny na konci odpovědi na předchozí dotaz.

Jméno: petr

Email: petr.vlach@email.cz

Datum: 6. 12. 2010 - 19:03:55

Dotaz: Dobrý den, jakým způsobem mě může ohrozit to, že někdo zná mé obchodní zvyklosti? Jakým způsobem mě může ohrozit přímý marketing? díky

Odpověď: Obchodní společnosti používají údaje o spotřebitelských zvyklostech, způsobech chování a názorech ke komerčním účelům. Takto získaných informací může být zneužíváno například pro nevyžádaná obchodní sdělení (e-mail, telefonická obtěžování s nabídkou konkrétních produktů apod.). Podezřeními z porušení zákona č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti, který mimo jiné stanovuje Úřadu pro ochranu osobních údajů výkon dozoru nad šířením obchodních sdělení prováděným v rámci podnikatelské činnosti, se Úřad zabývá stále častěji - pro představu v řádu několika desítek týdně.

Nadto je nutné si uvědomit, že na základě sledování Vašich obchodních zvyklostí může být vytvořen například Váš profil, který Vám ovšem bude na základě sledování Vašich nákupních zvyklostí přisouzen, aniž by odpovídal realitě; můžete se tak například ocitnout v kategorii osob, kterým nebude dán přístup k určitým službám. Můžete tedy být obdařen "profilem", který ve skutečnosti vůbec neodpovídá Vám jakožto jedinečné lidské bytosti.

Jakožto taková máte právo rozhodovat o tom, co ze svého soukromí chcete sdělovat např. k dalšímu použití, avšak z hlediska práva ochraňujícího soukromí, k němuž osobní údaje jsou klíčem, nikdo nemá právo učinit to za Vás - a především učinit to bez Vašeho vědomí a informovaného souhlasu.

Samozřejmě máte právo využívat služby dle vlastního rozhodnutí, ale nic se nesmí dít tak, že byste nebyl plně informován o tom, co se děje s Vašimi osobními údaji, a neměl právo to ovlivnit.

Detailní informace k problematice můžete nalézt na

http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/docs/wpdocs/2010/wp171_en.pdf

(Stanovisko 2/2010 Pracovní skupiny pro ochranu dat podle článku 29 (WP29) směrnice 95/46/ES) a

[https://wcd.coe.int/wcd/ViewDoc.jsp?Ref=CM/Rec\(2010\)13&Language=lanEnglish&Ver=original&BackColorInternet=C3C3C3&BackColorIntranet=EDB021&BackColorLogged=F5D383](https://wcd.coe.int/wcd/ViewDoc.jsp?Ref=CM/Rec(2010)13&Language=lanEnglish&Ver=original&BackColorInternet=C3C3C3&BackColorIntranet=EDB021&BackColorLogged=F5D383) (Doporučení Rady Evropy pro členské země EU o profilování ze dne 23. listopadu 2010).

Jméno: Bohuslav
Email: bobchalupa@volny.cz
Datum: 24. 11. 2010 - 21:51:40
Dotaz:

promiňte - považujete pouhé pokládání otázek za diskusi ?!

1. Především pokládám zákaznické karty za legitimní obchodní strategii. 2. Dále pokládám občana za svéprávnou a vzdělanou bytost, pokud takovým občan ČR není, pak je to problém vzdělávacího systému ČR nikoli obchodního řetězce. 3. UOOU nemá nic důležitější na práci než vyhledávat náhradní aktivity angažováním se do rozhodování svéprávných občanů?

Odpověď: Právě Vaše reakce ukazuje, že i položení otázky může diskusi otevřít. A tak tedy: Ano, máte pravdu, že jde o legitimní marketingovou strategii, ovšem pokud je také legální, tj. pokud respektuje soukromí občanů v souladu se zákonem o ochraně osobních údajů. Úřad má zákonem uloženou povinnost dozorovat, aby tomu tak bylo, proto ho zajímá, nakolik si výše uvedenou skutečnost občané uvědomují. V budoucnu se totiž nevyhne své dozorové povinnosti, kterou bude muset zaměřit na legálnost klientských (věrnostních) karet, proto si dělá průzkum prostředí mezi řadovými uživateli služby, kterou jim nabízejí profesionální marketéři, na něž, jakožto na správce osobních údajů řadových občanů bude muset být kontrola Úřadu zaměřena. Nelze totiž a priori předpokládat, že všichni občané jsou obeznámeni s tím, jak lze v souladu se zákonem pracovat s novými technologiemi, které se i v marketingových strategiích uplatňují stále sofistikovanějším způsobem. Správně i Vy tušíte - a možná se to ukáže i v otevřené diskusi - , že ve (všeobecném) vzdělávacím systému je třeba v zájmu rovnosti přístupu k technickým prostředkům přidat a otevřít nové možnosti...Proto Úřad strategicky otevírá diskusní fórum a - zase máte pravdu - přidělová si práci.

Jméno: Pavel
Email: kozderap@seznam.cz
Datum: 24. 11. 2010 - 12:53:47
Dotaz:

Dobrý den, Rád bych věděl;

1) do jaké míry může BIS požádat soukromou firmu, která vydala zákaznickou kartu, o informace při sestavování řekněme psychologického profilu?

2) Je někde daná lhůta, jak dlouho mohou vaše data uchovávat, i v případě, že jste kupř. v daném obchodě již rok nebyl. Děkuji za odpovědi

Odpověď: 1) Bezpečnostní informační služba může požádat soukromou společnost o jakékoliv informace, kterými společnost disponuje, tedy i o osobní údaje o jejích zákaznících. Nicméně žádný zákon, který působnost BIS upravuje (zákon č. 154/1994 Sb., o Bezpečnostní informační službě, ve znění pozdějších předpisů, ani zákon č. 153/1994 Sb., o zpravodajských službách České republiky, ve znění pozdějších předpisů) nestanoví povinnost soukromých subjektů BIS informace poskytovat.

2) Dobu uchování osobních údajů je obchodník povinen stanovit nejpozději při jejich poskytnutí a subjekt údajů, fyzickou osobu, o jejíž osobní údaje se jedná, o tom informovat. Tato doba může být stanovena konkrétně, např. na jeden kalendářní rok nebo na jeden rok od posledního nákupu, resp. využití zákaznické karty, nebo obecně, např. na dobu neomezenou. Stanovení doby uchování osobních údajů na dobu neomezenou se však jeví jako krajně nevhodné, jelikož vždy je třeba osobní údaje zpracovávat v souladu s účelem ke kterému byly shromážděny, v tomto případě poskytování slev. V případě, že zákazník u obchodníka delší dobu nenakupoval, lze předpokládat, že o slevy již nemá zájem a další uchování jeho údajů je již nadbytečné a může být i v rozporu se zákonem o ochraně osobních údajů. Vždy však platí, že pokud spotřebitel se zpracováním svých osobních údajů již nadále neshoduje, může svůj

souhlas odvolat a správce je povinen jeho osobní údaje zlikvidovat, pouze s výjimkou těch osobních údajů, jejichž další uchování mu ukládají zvláštní právní předpisy (např. daňové).