

КОРПОРАТИВНИЙ КОДЕКС ПОВЕДІНКИ

стосовно забезпечення ефективного захисту прав суб'єктів персональних даних, сприяння додержання законодавства, враховуючи специфіку обробки персональних даних при здійсненні маркетингової діяльності в мережі Інтернет

1. Правові аспекти застосування Кодексу

1.1. Цей Кодекс розроблено з урахуванням вимог частини другої статті 27 Закону України «Про захист персональних даних» з забезпечення ефективного захисту прав суб'єктів персональних даних, сприяння додержання законодавства, враховуючи специфіку обробки персональних даних при здійсненні маркетингової діяльності в мережі Інтернет.

1.2. За правовою природою Кодекс є зобов'язуючими корпоративними правилами для підприємств, установ та організацій, які приєдналися до Кодексу, щодо обробки персональних даних при здійсненні маркетингової діяльності в мережі Інтернет. Кодекс не замінює ні нормативно-правових документів в зазначеній сфері, ні документів, які підприємства, установи та організації зобов'язані розробити та використовувати у процесі своєї діяльності.

1.3. Підприємства, установи та організації здійснюють свою діяльність з урахуванням Практичних рекомендацій ESOMAR щодо «cookies», що є невід'ємною частиною цього Кодексу.

1.3. Цей Кодекс розроблено та використовується відповідно до законодавства України. Кодекс спрямований на забезпечення дотримання вимог національного законодавства щодо захисту

персональних даних, зокрема Закону України «Про захист персональних даних», Конвенції про захист осіб у зв'язку з автоматизованою обробкою персональних даних 1981 року та Додаткового протоколу до Конвенції про захист осіб у зв'язку з автоматизованою обробкою персональних даних щодо органів нагляду та транскордонних потоків даних 2001 року та відображає розуміння Державною службою України з питань захисту персональних даних, громадськими організаціями, підприємствами, установами та організаціями, які є приєдналися до Кодексу, базових процедур захисту персональних даних при використанні «cookies» та подібних технологій.

1.4. Термін дії Кодексу не обмежений. Зміни до Кодексу чи підготовка наступних редакцій Кодексу здійснюється відповідно до змін в Практичні рекомендації ESOMAR щодо «cookies» або в національне законодавство України, а також відповідно до пропозицій експертів та практики застосування Кодексу.

2. Процедура приєднання до Кодексу.

2.1. Громадські організації, підприємства, установи та організації, які використовують «cookies» та подібні технології, мають право приєднатись до цього Кодексу (далі – члени Кодексу).

2.2. Приєднання до Кодексу здійснюється за заявочним принципом, які надсилаються Українській асоціації маркетингу та Українській асоціації захисту персональних даних.

3. Порядок моніторингу виконання вимог Кодексу.

3.1. Громадські організації здійснюють громадський моніторинг відкритості та прозорості забезпечення недоторканості приватного життя людини при обробці персональних даних в мережі Інтернет з використанням «cookies» та подібних технологій.

3.2. Обговорення питань щодо дотримання підприємствами, установами та організаціями вимог Кодексу здійснюється на щорічних конференціях (робочих зустрічах) підприємств, установ та організацій, які приєдналися до Кодексу.

3.3. За результатами зазначених конференцій (робочих зустрічей) Українська асоціація маркетингу та Українська асоціація захисту персональних даних готує звіт про стан дотримання вимог Кодексу його членами.

ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ESOMAR ЩОДО COOKIES

Липень 2012

(з примітками ДСЗПД)

ESOMAR публікує практичні рекомендації для допомоги дослідникам в застосуванні основоположних принципів, що лежать в основі Міжнародного кодексу з соціальних та ринкових досліджень ICC/ESOMAR для сфер, що швидко розвиваються, таких як он-лайн, мобільні та соціальні медіа-дослідження в Інтернеті.

ESOMAR також опублікував низку практичних рекомендацій – Практичні рекомендації щодо Cookies є на даний час останніми в цій серії публікацій – які покликані допомогти дослідникам вирішувати, коли і як використовувати певні методи. Наприклад, ESOMAR опублікував практичне керівництво по Хмарним обчисленням в жовтні 2011 року.

Ознайомитися з джерелами можна на:

<http://www.esomar.org/knowledge-and-standards/research-resources.php>

МЕТА ЦИХ ПРАКТИЧНИХ РЕКОМЕНДАЦІЙ

Ці практичні рекомендації містять рекомендації для дослідників ринку, соціуму та суспільної думки, які використовують Cookies і подібні технології,

такі як веб-маяки, при проведенні діяльності в Інтернеті, щодо реалізації положень нової Директиви Європейського Союзу (ЄС) e-Privacy Directive (Директива часто згадується як “Cookie закон”)¹ на рівні компанії. Положення цієї Директиви поширюються не тільки на

¹ Прим. ДСЗПД: Директиви ЄС не є частиною законодавства України. Україна ратифікувала 6 липня 2010 Конвенцію Ради Європи про захист осіб у зв'язку з автоматизованою обробкою персональних даних та Додатковий протокол до неї щодо органів нагляду та трансграничних потоків даних. Ця Конвенція є частиною національного законодавства про захист персональних даних (ст. 3 Закону України «Про захист персональних даних»). Верховною Радою України прийнято Закон України «Про захист персональних даних», який вступив в силу 1 січня 2011 року. Закон, зокрема імплементував базові принципи Директиви 95/46/ЄС щодо захисту даних.

дослідження, але й на інші види діяльності, такі як робота корпоративного сайту, що призначений для користувачів та містить рекламні матеріали або інші засоби маркетингу для юридичних компаній, включаючи маркетинг по електронній пошті, які компанії використовують для зберігання чи доступу до інформації на пристрої користувача.

Рекомендації не повинні розглядатися як комплексне рішення, якому треба беззаперечно слідувати, так як вони не можуть стосуватися конкретних компаній, тому що метод отримання згоди користувача на опрацювання Cookies варіюється в залежності від того, як окремо взята країна інтерпретує закон.

Швидше, це спроба звернення уваги дослідників до основних питань, які повинні бути розглянуті і, зокрема, щоб допомогти компаніям відслідкувати, які Cookies або подібні технології вони використовують. Слід також підкреслити, що питання «цифрових відбитків пальців» потрапляє під дію Директиви². Нарешті, Ви повинні бути проінформовані з приводу того, що інше Європейське законодавство про захист даних (наприклад, Директива ЄС про захист даних 95/46/ЄС) також застосовується, якщо Cookies, які Вами використовуються, містять персональні дані.

ВСТУП

Європейська комісія посилила захист прав інтернет-користувачів на їх приватне життя. Дії всіх компаній, наразі, повинні відповідати законодавству ЄС та національному законодавству, яке базу-

ється на директиві ЄС 2002/58/ЄС, включаючи зміни, внесені до Директиви ЄС 2009/136/ЄС, так звана e-Privacy Directive³. Наступні рекомендації стосуються статті 5 (3) e-Privacy Directive з поправками, внесеними Директивою ЄС 2009/136/ЄС (далі Директива), під сферу дії якої підпадають всі оператори вебсайтів, в тому числі дослідницькі компанії:

Стаття 5 (3): «Держави-члени повинні гарантувати, що зберігання інформації, або отримання доступу до інформації, яка вже зберігається в технічному оснащенні користувача (абонента), дозволено тільки за умови, що абонент або користувач дав свою згоду, будучи чітко проінформованим, відповідно до Директиви 95/46/ЄС⁴, зокрема, про цілі обробки. Це не повинно перешкоджати будь-якому технічному зберіганню або доступу до інформації з єдиною метою управління сеансом зв'язку в телекомунікаційній мережі, або, якщо це прямо необхідно провайдеру для надання послуги, замовленої абонентом»⁵.

Практичні рекомендації ESOMAR для Online досліджень⁶ надає рекомендації для дослідників ринку при вирішенні правових, етичних і практичних питань з приводу використання нових технологій при проведенні онлайн досліджень.

Ці нові Практичні рекомендації надають додаткові практичні поради про те, як саме розуміти статтю 5 (3) даної Директиви.

На сьогоднішній день всі, крім чотирьох країн ЄС, повністю імплементували Директиву (липень 2012 року). Кожна

² Це питання розглядається більш детально в пункті 6 розділу «Що Вам потрібно знати – Деякі поширені запитання» цих Практичних рекомендацій та буде доповнюватись подальшими рекомендаціями ESOMAR щодо «цифрових відбитків пальців», он-лайн ідентифікаторів та щодо інших більш детальних питань.

³ Прим. ДСЗПД: Всі компанії, що провадять свою діяльність на території України, повинні дотримуватися Закону України «Про захист персональних даних».

⁴ Див. ст.ст. 10, 11 Директиви 95/46/ЄС.

⁵ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:337:0011:0036:en:PDF>

⁶ http://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines/ESOMAR_Guideline-for-online-research.pdf

держава-член ЄС імплементує директиву по-своєму. Наприклад, Офіс Комісара з інформації Великобританії надав всеосяжні і докладні вказівки, але це стосується тільки до операцій, що підпадають під сферу дії закону Великобританії; Нідерланди імплементували Директиву 8 червня 2012 з обмовкою, що всі ті, хто є суб'єктами закону повинні розмістити згоду на отримання Cookies, в той час як влада, принаймні Франції та Іспанії недавно видали або змінили їх рекомендації, з урахуванням їх національної інтерпретації закону.

Врешті, Робоча група по ст. 29, до складу якої входять наглядові органи з захисту персональних даних 27 країн-членів ЄС, Європейський інспектор із захисту даних⁷ і Європейська комісія - випустили свій робочий документ 194⁸, який представляє їх точку зору (примітка: не є юридично обов'язковими) щодо виключення з отримання згоди на Cookie (*Cookie Consent Exemption*) на підставі статті 5(3) Директиви 2009/136/ЄС.

COOKIES & CO.: ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ,

ЩО ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ В ЦИХ ПРАКТИЧНИХ РЕКОМЕНДАЦІЯХ

Нижче наведено список визначень, які застосовуються у цих Практичних рекомендаціях для ринкових та соціальних досліджень, зазначаючи, що інші визначення можуть бути використані в інших місцях.

Cookie: Термін “Cookie” використовується як синонім для Cookies та для аналогічних технологій (наприклад, веб-

маяки в тому числі clear gifs та пікселів стеження; javascript і користувальницьких агентів, таких як настройки браузера, які визначають те, що витягується з браузера, наприклад, мовні налаштування, сервісний пакет, операційна система), які зберігають інформацію або надають доступ до інформації, що зберігається на обладнанні користувача.

Устаткування користувача: Це поняття стосується пристроїв, таких як комп'ютери, планшети, смартфони та інші пристрої, на яких інформація може бути збережена або вже збережена інформація доступна через телекомунікаційні мережі.

Для перевірки відповідності до Директиви, Cookies та аналогічні технології, описані в Рекомендації ESOMAR з Онлайн Досліджень⁹ повинні бути диференційовані і наступний список включає в себе додаткові визначення, які є корисними для цієї Практичної інструкції:

Сесійні Cookies: Цей Cookie пов'язаний з діями користувача на веб-сайті протягом одного сеансу (“сесія”, як правило, непослідовне відвідування сайтів). Це означає, що Cookie зберігаються тільки до тих пір, поки користувач перебуває на сайті і перестають використовуватися відразу після закінчення сесії.

Постійні Cookies: Це Cookie, які зберігаються більше одного сеансу використання браузера і дозволяють відстежувати, яким сайтам надає перевагу користувач, а також отримувати статистичні звіти.

Первинні Cookies: Це Cookie, які встановлюються тим же доменом, на якому зареєстрований сайт, який відвідує користувач (як відображається URL в адресному рядку браузера).

Вторинні Cookies: Це Cookie, які вста-

⁷ Прим. ДСЗПД: див. <http://www.edps.europa.eu/EDPSWEB/edps/EDPS?lang=en>

⁸ ESOMAR Guideline For Online Research, revised 2011 (прим. ДСЗПД – див.:http://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines/ESOMAR_Guideline-for-online-research.pdf)

⁹ Пункт 4.1.1 зазначеної Рекомендації

новлюються іншим доменом, ніж сайт, який відвідує користувач.

Домен: Це група унікальних сайтів або веб-сторінок, адреси яких починаються з того ж суфіксу домену, наприклад example.com. Зазвичай домен являє собою сайт, і може включати в себе кілька суб-доменів, наприклад, homepage.example.com, service.example.com і т.д.

Служба веб-аналітики: Це збір і обробка даних, пов'язаних з Інтернет-послугами на основі унікальних браузерів, відвідувачів, сесій, пристроїв або змісті запитів за допомогою первинних та вторинних Cookie. Веб-аналітика надає статистичні звіти і не розкриває будь-яку особисту інформацію третім особам без згоди користувача.

Цифрові відбитки пальців (також відомі як цифрове ДНК, ID пристрою або ID машини): використовуються різні метрики з пристроя користувача, наприклад, настройки браузера, включаючи версію браузера, мову і т.д., операційна система і чи активні плагіни. Поєднання цих показників дає докладну інформацію про користувача, яка може розглядатися як особисті дані. Electronic Frontier Foundation (EFF) пропонує інструмент - Panopticlick - який надає інформацію про те, наскільки унікальною є інформація про вас, зібрана за допомогою «цифрових відбитків пальців»¹⁰.

¹⁰ <http://panopticlick.eff.org/>

¹¹ Прим. ДСЗПД: Закон України «Про захист персональних даних» поширюється на діяльність з обробки персональних даних, яка здійснюється повністю або частково із застосуванням автоматизованих засобів (ст.1 цього Закону). Відповідно до ст.2 Закону України «Про захист персональних даних» персональні дані – відомості чи сукупність відомостей про фізичну особу, яка ідентифікована або може бути конкретно ідентифікована.

Обробка персональних даних є будь якою дією або сукупністю дій, таких як збирання, реєстрація, накопичення, зберігання, адаптування, зміна, поновлення, використання і поширення (розповсюдження, реалізація, передача), знеособлення, знищення персональних даних, у тому числі з використанням інформаційних (автоматизованих) систем. Згода суб'єкта персональних даних – це добровільне волевиявлення фізичної особи (за умови її поінформованості) щодо надання дозволу на обробку її персональних даних відповідно до сформульованої мети їх обробки, висловлене у письмовій формі або у формі, що дає змогу зробити висновок про її надання.

¹² Обробка персональних даних здійснюється відкрито і прозоро із застосуванням засобів та у спосіб, що відповідають визначеним цілям такої обробки. Не допускається обробка даних про фізичну особу без її згоди, крім випадків, визначених законом, і лише в інтересах національної безпеки, економічного добробуту та прав людини (ст.6 Закону). ДСЗПД діє на підставі Положення про Державну службу України з питань захисту персональних даних, затвердженого Указом Президента України від 06.04.2011 №390, див. <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/390/2011>

ЧИННЕ ЗАКОНОДАВСТВО¹¹

Спосіб, яким Директива імплементується буде різнитися залежно від того, як країна, де компанія, яка використовує Cookies, заснована, інтерпретує закон. Ви повинні зверитися з вашим національним органом з питань захисту даних¹² та/або з органом, що здійснює нагляд за телекомунікаціями щодо рекомендованої фрази про одержання дійсної згоди для Cookies відповідно до закону тієї країни, де зареєстрована ваша компанія. Ви повинні бути готові відповісти на будь-які питання щодо того, законодавство якої країни ви застосовуєте, наприклад, уповноваженому органу або на запит клієнта.

Якщо ви звертаєтеся до респондентів, користуючись їхньою рідною мовою, яка відмінна від мови країни, в якій ваша компанія розташована, було б гарною практикою, визнати, що респонденти очікують застосування законодавства їхньої країни. Наглядові органи також будуть вдаватися до примусових заходів в цьому напрямку.

ЩО ВАМ ПОТРІБНО ЗНАТИ – ДЕЯКІ ПОШИРЕНІ ЗАПИТАННЯ

Cookies використовуються в різних послугах, які пропонують компанії, що займаються Інтернет дослідженнями,

такі як веб-аналітика, онлайн-анкетування або панелі.

1. Чи необхідно Вам дотримуватися положень Директиви?¹³

Безумовно. Оскільки Директива мала бути імplementована у кожній країні ЄС до 26 травня 2011 року та оскільки захист приватного життя є одним з основних прав громадян ЄС, всі компанії, які проводять маркетингові дослідження, повинні гарантувати, що їх діяльність повністю відповідає положенням Директиві та законодавства у всіх країнах ЄС, де вони ведуть бізнес. Ігнорувати дане питання не є розумним, так як ви автоматично станете об'єктом контрольних заходів з боку органів з питань захисту даних та/або телекомунікаційних наглядових органів.

2. Чи є винятки в рамках Директиви для установки і використання Cookies?

Директива робить виняток для Cookies, які використовуються “з єдиною метою забезпечення передачі повідомлень по мережі електричного зв'язку, або, якщо є відповідна вимога користу-

вача до постачальника інформаційних послуг¹⁴.

Ринкові дослідження Cookies, наприклад, для веб-аналітики, швидше за все, не підпадають під це виключення, оскільки вони не є нагально необхідними, але Робоча група по Статі 29 висловила думку, “що первинні Cookies, ймовірно, не створюють загрози для приватного життя, в разі, якщо вони строго обмежені статистичними цілями первинного сайту та у випадку якщо вони використовуються сайтами, які надають чітку інформацію про ці cookies в їх політиці забезпечення приватності, а також належні гарантії конфіденційності. Такі гарантії конфіденційності мають включати в себе зручний механізм, щоб відмовитися від будь-якого збору даних та комплексні механізми анонімізації, які застосовуються до інших зібраних ідентифікаційних даних, таких як IP адреси”¹⁵.

3. Чи є різниця між сесійними та постійними Cookies?

Директива не визначає різницю між постійними та сесійними Cookies. Ви повинні бути впевнені, що ви дотримуєтесь законодавства використовуючи обидва види Cookies.

¹³ ДСЗПД повністю поділяє позицію Робочої групи відповідно до статті 29 Директиви 95/46/ЄС (WP 171. Opinion 2/2010 On online behavioural advertising, http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/docs/wpdocs/2010/wp171_en.pdf), що методи реклами, на основі поведінки користувачів, найчастіше пов'язані з обробкою персональних даних. Це зумовлено різними причинами:

i) поведінкова реклама зазвичай включає в себе збір IP-адрес і обробку унікальних ідентифікаторів (через cookies). Використання пристроїв з унікальними ідентифікаторами дозволяє відстежувати користувачів конкретного комп'ютера, навіть якщо використовуються динамічні IP-адреси. Іншими словами, такі пристрої дозволяють «виділити» суб'єктів персональних даних, навіть якщо їх справжні імена не відомі.

ii) крім того, інформація, зібрана в контексті поведінкової реклами належить до (тобто приблизно) характеристик людини або її поведінку і використовується для впливу на конкретну людину.

Ця точка зору підтверджується, якщо взяти до уваги, можливість для профілів, пов'язані в будь-який момент безпосередньо з ідентифікаційною інформацією надаються суб'єкту даних, таких як реєстрація інформації. Інші сценарії, які можуть призвести до ідентифікації злиттів, втрат даних і підвищення доступності в Інтернеті персональних даних у поєднанні з IP-адресами.

¹⁴ Прим. ДСЗПД: Закон України «Про захист персональних даних» розповсюджується на дії компанії в тому випадку, якщо компанії збирають, використовують, обробляють інформацію, за допомогою якої фізична особа (абонент, користувач, відвідувач сайту) може бути ідентифікована.

¹⁵ http://ec.europa.eu/justice/data-protection/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2012/wp194_en.pdf, стр.10

4. Чи означає це, що ви повинні мати попередню згоду на установку і читання Cookie з технічного обладнання користувача?

У зв'язку з тим, що Директива імплементується державами в національне законодавство, вона може бути тлумачена по-різному в різних державах-членах ЄС. Взагалі кажучи, директива вимагає згоди суб'єкта даних (користувача або абонента). Директива ЄС про захист фізичних осіб стосовно обробки персональних даних та про вільний рух таких даних (95/46/ЕС) також потребує згоди у випадках, коли Cookie містить персональні дані.

Ви повинні вирішити, чи вам потрібна згода користувача (шляхом отримання його явної попередньої згоди), перш ніж ви можете встановлювати і читати Cookie¹⁶.

Важливо знати, як ви використовуєте інформацію, отриману через Cookies при визначенні стратегії отримання необхідної згоди.

У багатьох випадках згода на збір даних маркетингових досліджень очевидна, наприклад, дослідження, в яких респондент дає відповіді на питання, які ставлять дослідники, попередньо має отримати інформацію про дослідника, мету інтерв'ю, а також їх право відмовитися в будь-який час і вимагати видалення відповідей.

Крім того, респондент панелі дослідження дає свою згоду, перш ніж брати участь в онлайн-опитуванні, тому що респонденти зазвичай приймають умови на момент реєстрації на панелі опитування. З цієї причини, панель опитування є затребуваною послугою, респондент не повинен відповідати на конкретне запи-

тання, щоб дати окрему згоду для установки Cookie з метою обробки.

Одним з прийнятних прикладів було б запропонувати такому респонденту просту, зручну заяву під час реєстрації на панелі, наприклад, "Так, запам'ятати мене". Див. Додаток С цих Практичних рекомендацій, який представляє собою приклад політики щодо Cookie, яку слід розглядати в поєднанні з Додатком 2 до Практичних рекомендацій ESOMAR по Online дослідженням та яка дає ще один приклад політики забезпечення приватності Cookie, але в рамках загальної політики забезпечення приватності для організації. Вам потрібно буде адаптувати мову вашої політики для вашої індивідуальної панелі, і т.д.

5. Що можна сказати стосовно веб-аналітики?

У більшості випадків користувач не дає згоду сервісам веб-аналітики перед використанням сайту. Тому дуже важливо працювати з власником сайту, в інтересах якого здійснюються аналітичні дослідження для того, щоб погодити положення політики приватності та відповідні юридичні рішення щодо згоди.

6. Як врегулює Директива питання використання «цифрових відбитків пальців»?

Директива вимагає отримання згоди користувача перед установкою Cookies, перед використанням аналогічних технологій або на доступ до збереженої інформації. Згідно з цим визначенням, методи обробки «цифрових відбитків пальців» підпадають під дію Директиви, так що ви повинні знати точно, який тип «цифрових відбитків пальців» ви використовуєте, і звернутися за юридичною консуль-

¹⁶ Прим.ДСЗПД: ст.ст.11,12 Закону України «Про захист персональних даних»

тацією щодо застосування Директиви в тих країнах, в яких ви працюєте, особливо, якщо ви використовуєте «цифрові відбитки пальців» без згоди.

Будь ласка, зверніть увагу: Якщо процес зняття «цифрових відбитків пальців» з допомогою пристрою, який використовується, вимагає доступу (навіть один раз), до інформації, яка вже зберігається на кінцевому обладнанні (наприклад, настройки браузера, MAC адресу і т.д.), директива електронної приватності може бути застосована. Таким чином, на практиці, згода на такі «цифрові відбитки пальців» повинна бути отримана тоді, коли людина погоджується на участь в дослідницькому проекті, щоб вам не потрібно було брати згоду в користувача додатково, тому що це буде розглядатися як послуги на вимогу.

Ви також повинні гарантувати, що інформація про «цифрові відбитки пальців» чітко викладена в політиці приватності, щоб відповідати вимогам Директиви. Додаток 2 до Практичних рекомендацій ESOMAR з Online досліджень надає повний приклад політики забезпечення приватності Cookie, включаючи питання з приводу «цифрових відбитків пальців». Тим не менш, інформація, зібрана або доступна за допомогою «цифрових відбитків пальців» повинна бути підпорядкована чіткому обмеженню відповідно до мети обробки, вона не повинна бути використана для будь-яких інших цілей, окрім контролю якості. Якщо дані збираються з іншою метою, то користувач повинен бути поінформований і повинна бути отримана його додаткова згода для таких цілей, в залежності від локального законодавства, яке застосовується.

Так як зазначена сфера швидко розвивається, і є багато різних типів технологій «цифрових відбитків пальців», ESOMAR

має намір розширити свої рекомендації з приводу цифрових відбитків пальців в подальших інструкціях, які будуть випущені пізніше, ESOMAR також видасть подальші інструкції з приводу інтернет-ідентифікаторів, таких як IP-адреса.

ПРАКТИЧНА ІНСТРУКЦІЯ ДЛЯ АУДИТУ COOKIES

Як проводити аудит Cookie?

Дуже важливо, щоб ви бачили повну картину використання Cookies у вашій організації. Дана інструкція ESOMAR допоможе вам запустити перевірку Cookies у вашій організації.

Крок 1: Інвентарний список

Перш за все, необхідно підготувати список, який включає в себе всі послуги, які використовують Cookies або аналогічні технології, які зберігають інформацію про обладнання користувача, далі загальним терміном "Cookies". Ви повинні розглянути всі онлайн-послуги, які ви пропонуєте: Це включає не тільки ваші послуги у сфері досліджень, таких як веб-аналітика, онлайн-анкетування, панелі, але також ваш загальний веб-сайт компанії, маркетингові інструменти і т.д.

Визначити всю інформацію, яку ви зберігаєте в Cookies¹⁷. Для збору цієї інформації вам необхідно працювати з усіма клієнтами, на чийх сайтах ви встановлюєте Cookies та з IT-командами для ваших власних веб-сайтів, які пропонують такі послуги.

Крок 2: Винятки та мета

Кожен Cookie повинен бути перевірений на наступні виключення в межах

¹⁷ Див. додаток А та Б щодо прикладу як це зробити.

законодавства, які не вимагають отримання попередньої згоди на обробку Cookies:

- а) Для єдиної мети управління сеансом зв'язку в телекомунікаційній мережі, або
- б) Якщо це вкрай необхідно для цілей постачання інформаційних послуг¹⁸, безумовно на прохання абонента або користувача з метою надання послуг.

Зверніть увагу, що Cookies для веб-сервісів аналітики, навряд чи підпадають під пункт "б".

Крім того, ви повинні перевірити, що Cookies необхідні для мети, яку ви визначили, в іншому випадку ви повинні припинити їх використання.

Необхідне чітке розуміння цілей, для встановлення та використання Cookie. Ця мета повинна бути включена в політику приватності в ясній і зрозумілій формі так, що користувач знатиме про це.

Крок 3: Політика приватності¹⁹.

Політика приватності необхідна, щоб пояснити використання, цілі та правову основу користувачу. Ви повинні переконатися, що ви (як володілець чи розпорядник персональних даних) і ваші клієнти (як володільці персональних даних) розмістили політику приватності в легко доступному для користувача місці і, що ця політика забезпечення приватності

дає ясну, вагому і зрозумілу інформацію про дані, які збираються і обробляються. Це не означає скопіювати та вставити всі результати ваших досліджень Cookie за зразком Додатку А/В даної інструкції у вашу політику приватності. Хоча інформація в додатках А / В даної інструкції покликана відповідати на будь-які питання з боку регулюючих органів та/або користувачів, див. приклад політики приватності мови, наведений в Додатку С.

Якщо ви встановили вторинні Cookies на сайт вашого клієнта, переконайтеся, що у вас є чітка, документована угода з клієнтом про те, що умови для створення та обробки Cookies включені в загальну політику приватності ваших клієнтів.

Ви також повинні переконатися, що у вас є договір між власником та розпорядником персональних даних щодо обробки даних, якщо ви працюєте від імені свого клієнта для збору інформації на їх сайті.

Крок 4: Стратегія згоди

Перегляньте свої стратегії отримання згоди від інтернет-учасників дослідження і користувачів сайту.

Стратегія згоди повинна бути застосована всюди, де можливо, якщо ви збираєте та опрацьовуєте персональні дані (наприклад, панелі, онлайн анкетування). Див. розділ 2 «Що потрібно знати» над панеллю прикладу.

¹⁸ Дослідження, що проводяться в Інтернеті, можуть розглядатись як інформаційна послуга, але немає відповідних положень в e-Privacy Directive та в Директиві 89/34/ЄС, які б впливали на дослідження, про які йде мова в цих Рекомендаціях.

¹⁹ Прим. ДСЗПД: Додаток до Рекомендацій №R(99)5 Комітету Міністрів державам-членам Ради Європи по захисту недоторканості приватного життя в Інтернеті містить, зокрема, наступні поради для постачальників послуг:

1. Не використовуйте персональні дані для власної рекламної чи маркетингової діяльності, якщо поінформований про ваші наміри користувач проти цього чи якщо у випадку обробки спеціальних категорій персональних даних, він/вона не дав чіткої згоди.
2. Ви відповідаєте за належне використання персональних даних. На вашій вступній сторінці подавайте чітку інформацію про вашу політику в частині забезпечення недоторканості приватного життя. Ця інформація повинна мати посилання на детальне роз'яснення такої політики. Перш ніж користувач почне користатися вашими послугами, коли він/вона відвідає ваш сайт при будь-якому його/її запиті, поінформуйте його/її про те, хто ви, які персональні дані ви накопичуєте, обробляєте і зберігаєте, як ви е робите, з якою метою і як довго ви їх зберігаєте. Якщо необхідно, подайте запит щодо згоди користувача. При запиті користувача негайно виправляйте його неправильні дані і видаляйте їх, якщо вони надлишкові, прострочені чи більше не вимагаються, і припиняйте їх обробку за вимогами користувача. Повідомляйте третю сторону, з якою ви взаємодієте, про будь-яку модифікацію. Уникайте прихованого збору персональних даних.

Отримання відмови через установки браузера користувача можуть бути достатніми в деяких країнах для веб-аналітики.

Не забудьте перевірити чи існують більш детальні вимоги щодо отримання згоди у кожному відповідному національному регулюючому органі.

Крок 5: Висновки та наступні кроки

Перш за все, переконайтеся, що всі Cookies, які ви встановлюєте, необхідні для ваших послуг. Це означає, що ви повинні припинити використання Соо-

kies, які не є необхідними для послуги, яку ви надаєте для Вашої організації або Ваших клієнтів.

По-друге, переконайтеся, що ви надали всю необхідну інформацію в розділі про політику забезпечення приватності щодо цілей Cookie і як ці дані використовуються. Це важливо і для вас, щоб зв'язатися з вашими клієнтами, якщо у вас є договір між володільцем та розпорядником персональних даних.

Нарешті, перевірте чи принаймні відмова передбачена, так щоб користувачі змогли відкликати свою згоду на використання Cookies, якщо вони того побажають.

Додаток А:

Приклад аудиту(перевірки) Cookie для аналізу мережі

Послуга	Сервіс з здійснення веб-аналітики (статистики вебсайтів) для: www.esomar-example.com
Відповідальна особа (Service, IT)	Джон Example (Service) Марія Test (IT)
Назва Cookie	Count ESOMAR Example
Cookie ID	Випадковий обраний номер (буквено-цифровий код), наприклад, AStfNlsTeAkWNh8.EAgjIzwnCCwMEVInHIKPDw
Домен Cookie	.counting4userservice.com
Первинні або вторинні Cookie	Вторинні Cookie в якості вебсайту домену і Cookie домену відрізняються.
Якщо вторинні Cookie, хто за них відповідальний	Counting4userservice TOB Тест Street 1 Лондон, Великобританія Контактна особа: Teppi Counting
Контракт про Обробку даних між володільцем та розпорядником персональних даних	Між ESOMAR і Counting4userservice: ESOMAR володілець персональних даних; Counting4userservice є розпорядник персональних даних.
Сесійні чи постійні Cookie	Постійні
Термін дії постійних Cookie	5 років після встановлення
Meta Cookie	Cookie і пов'язані дані використовуються для статистики сайту ESOMAR-example.com сайт, щоб отримати інформацію, включаючи враження від сторінки, вступну інформацію, яка дає уявлення про використання веб-сайту.
Чи це пояснюється вашим клієнтам або в вашій політиці забезпечення приватності?	Політику забезпечення приватності для ESOMAR-example.com можна знайти в esomar-example.com/privacypolicy , вона надає інформацію про мету Cookie, правову інформацію, контактну інформацію, інформацію про третя осіб, які обробляють дані і можливість відмови від послуги.
Ви надаєте відмову або ухилення рішення?	Можливість відмови від послуги зазначена в політиці забезпечення приватності і може бути знайдена в: esomar-example.com/privacypolicy/opt-out і counting4userservice.com/ESOMAR/opt-out/

Додаток Б:

Приклад аудиту(перевірки) Cookie для Інтернет(онлайн)-опитувань

Послуга	Онлайн інструмент для опитувань щоб робити розсилки по: www.esomar-example.com
Відповідальна особа (Service, IT)	Лінда Survey (Service) Браян Cookie (IT)
Назва Cookie	Survey ESOMAR Example
Cookie ID	Випадковий обраний номер (буквено-цифровий код), наприклад, AStfNlsTeAkWNh8.EAgiIzwnCCwMEVInHIKPDw__
Домен Cookie	.esomar-example.com
Первинні або вторинні Cookie	Первинні Cookie в якості вебсайту домену і Cookie домену однакові
Якщо вторинні Cookie, хто за них відповідальний	
Контракт про Обробку даних	Не має значення, як дані обробляються esomarexample
Сесійні чи постійні Cookie	Сесійні
Термін дії постійних Cookie	
Мета Cookie	Cookie використовуються для контроопитування в ході сесії, в якій респондент відповідає на анкету
Чи це пояснюється вашим клієнтам або в вашій політиці забезпечення приватності?	Політика забезпечення приватності для ESOMAR-example.com буде знаходитися за адресою esomar-example.com/privacypolicy та надаватиме інформацію про цілі Cookie та відомості про обробку даних, яка відбудеться після опитування.
Ви надаєте відмову або ухилення рішення?	Opt-in solution до початку обстеження esomarexample надає всю інформацію про мету дослідження, обробки даних, публікації і т.д., і на додаток активно запитує про угоду у респондента.

Додаток В:

Приклад(роль) Cookie в політиці приватності

“Cookies

Cookies дозволяють веб-серверу передавати дані на комп'ютер для зберігання записів і інших цілей. Ми використовуємо Cookies та інші технології, щоб, серед іншого, краще обслуговувати вас з використанням більш спеціалізованої інформації та полегшити ваш постійний доступ та використання сайту протягом кожної сесії браузера.

Ми використовуємо Cookies на цьому сайті для трьох цілей. Одні з Cookies, які ми використовуємо призначенні для запам'ятовування вас від сторінки до сторінки, як тільки ви заходите на наш сайт і щоб переконатися, що будь-яка інформація, яку Ви надаєте нам у кожному конкретному сеансі в Інтернеті доступна протягом даного сеансу перегляду. Ці "сесійні" Cookie будуть автоматично видалені, коли ви закриєте сеанс свого браузера, як тільки ви закінчите використання сайту.

При виборі мовних уподобань при вході на сайт, інший Cookie запам'ятовує ці налаштування. Цей Cookie залишається на комп'ютері після закриття браузера, так що вам не доведеться вибирати мову наступний раз, коли ви відвідуєте сайт.

Нарешті, ми використовуємо Cookie для веб-аналітики, що дозволяє [назва компанії] скласти статистичні звіти про використання сайту, засновані на анонімних агрегованих даних, наприклад, звіт про кількість унікальних сесій браузера, стосовно вмісту сайту протягом певного періоду часу. Це допомагає [назва компанії] зрозуміти, як відвідувачі використовують сайт, так щоб [назва компанії] могла оптимізувати його.

Якщо ви не хочете, щоб інформація збиралася за допомогою cookies, є проста процедура в більшості браузерів, яка дозволяє відмовитися від використання cookies. Деякі функції сайту можуть не працювати належним чином, якщо ви відмовитеся від використання Cookies. Щоб дізнатися більше про cookies, будь ласка, відвідайте <http://www.allaboutCookies.org/>. Крім того, для отримання додаткової інформації про нашу веб-аналітику або відмовитися від цих послуг, будь ласка, натисніть сюди» .

Подяки

Adam Phillips - голова комітету, голова ESOMAR з питань професійних стандартів і правових комітетів, і керуючий директор, відділ Реальні дослідження

- Рене LamsfuЯ - віце-президент, відділ Ринок управління даними і стратегія Європи, Компанія Nielsen (провідний автор)
- Олександр Singewald - Юридичний консультант ESOMAR Юридичного комітету, Singewald Консультанти, Група ESOMAR Юридичного комітету.
- Девід Старк - віце-президент, відділ Цілісності, Дотримання і Конфіденційності інформації, GfK, і членом ESOMAR з питань професійних стандартів і правових комітетів.

Команда проекту розробила ці Практичні рекомендації, на прохання Юридичного комітету ESOMAR, який розглянув текст. Знайти більш детальну інформацію про правовий комітет ESOMAR на сайті ESOMAR: <http://www.esomar.org/government-affairs/legal-committee.php>

Translation Ukrainian ©2013, State Service of Ukraine on Personal Data Protection, Ukrainian Marketing Association

© 2011ESOMAR. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, modified or distributed in any form or by any means, or translated, without the prior permission in writing of ESOMAR. The Guideline was drafted in English and the English text is the definitive version. As ESOMAR guidelines are updated on a regular basis, please refer to www.esomar.org for the latest English text.

Контакти

Для подальших запитів або зауваження з цієї практичної інструкції, звертайтеся: public.affairs@esomar.org
 ESOMAR – World Association for Social, Opinion and Market Research
 Eurocenter 2, 11th floor

Barbara StrozziLaan 384
 1083 HN Amsterdam
 The Netherlands
 Tel: +31 20 664 2141
www.esomar.org