

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР ЗАЩИТЫ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

03.01.2025 № 5-5/1

Заинтересованные государственные
органы, иные организации
и граждане

РАЗЪЯСНЕНИЯ

об обработке персональных данных при направлении
рекламной рассылки с использованием абонентского
номера, адреса электронной почты

Настоящие Разъяснения подготовлены на основании абзаца восьмого пункта 3 статьи 18 Закона Республики Беларусь от 7 мая 2021 г. № 99-3 "О защите персональных данных" (далее – Закон о персональных данных) при участии Министерства антимонопольного регулирования и торговли в целях установления единообразных базовых подходов к обработке персональных данных при направлении рекламной рассылки с использованием абонентского номера, адреса электронной почты.

Исходя из определения термина "персональные данные", содержащегося в абзаце девятом статьи 1 Закона о персональных данных, к персональным данным относится как совокупность информации о физическом лице с указанием его фамилии, собственного имени, отчества, места жительства, даты рождения, так и отдельные сведения, которые относятся к идентифицированному лицу или лицу, которое может быть идентифицировано (например, только номер мобильного телефона или в определенных случаях только адрес электронной почты).

Таким образом, использование абонентского номера, адреса электронной почты для целей направления рекламной рассылки физическому лицу является частным случаем обработки персональных данных. В этой связи операторам необходимо стремиться свести к минимуму возможные риски для прав и свобод граждан, что может быть достигнуто при условии соблюдения общих требований к обработке персональных данных, предусмотренных статьей 4 Закона о персональных данных, в том числе требований о (об):

- наличии правового основания для обработки персональных данных;
- соразмерности обработки персональных данных заявленным целям их обработки и обеспечения на всех этапах такой обработки справедливого соотношения интересов всех заинтересованных лиц;
- исключении избыточной обработки персональных данных;
- прозрачном характере обработки персональных данных.

1. О правовых основаниях обработки персональных данных при направлении рекламной рассылки с использованием абонентского номера, адреса электронной почты.

1.1. При обработке персональных данных для целей направления рекламной рассылки (размещения (распространения) рекламы), равно как и при любой другой обработке персональных данных, на которую распространяется Закон о персональных данных, оператор должен иметь надлежащее правовое основание. В качестве такого правового основания для указанных целей выступает согласие субъекта персональных данных.

Пунктом 1 статьи 5 Закона о персональных данных предусмотрено, что согласие субъекта персональных данных представляет собой свободное, однозначное, информированное выражение его воли, посредством которого он разрешает обработку своих персональных данных. В этой связи при получении согласия субъекту должно быть предоставлено право выбора, предусматривающего возможность не предоставлять согласие.

В случае, когда субъекту персональных данных предоставляется возможность заключить договор только с условием получения рекламы (отсутствует свободный выбор между предоставлением либо непредоставлением согласия), согласие не имеет юридической силы.

Обработка персональных данных на основании такого согласия является незаконной и влечет ответственность в соответствии со статьей 19 Закона о персональных данных и иными законодательными актами. Отказ в заключении договора по причине отказа субъекта персональных данных в даче согласия на обработку персональных данных для целей направления рекламной рассылки не допускается.

До получения согласия оператору необходимо соблюсти обязанность по предоставлению субъекту персональных данных информации, указанной в пункте 5 статьи 5 Закона о персональных данных.

Справочно.

Субъекту персональных данных должна быть предоставлена информация, содержащая:

наименование (фамилию, собственное имя, отчество (если таковое имеется)) и место нахождения (адрес места жительства (места пребывания)) оператора, получающего согласие субъекта персональных данных;

цели обработки персональных данных;

перечень персональных данных, на обработку которых дается согласие субъекта персональных данных;

срок, на который дается согласие субъекта персональных данных;

информацию об уполномоченных лицах в случае, если обработка персональных данных будет осуществляться такими лицами;

перечень действий с персональными данными, на совершение которых дается согласие субъекта персональных данных, общее

описание используемых оператором способов обработки персональных данных;

иная информация, необходимая для обеспечения прозрачности процесса обработки персональных данных.

До получения согласия субъекта персональных данных оператор обязан простым и ясным языком разъяснить субъекту персональных данных его права, связанные с обработкой персональных данных, механизм реализации таких прав, а также последствия дачи согласия субъекта персональных данных или отказа в даче такого согласия. Эта информация должна быть предоставлена оператором отдельно от иной предоставляемой субъекту персональных данных информации.

Указанная информация должна быть предоставлена в той же форме, что и форма получения согласия.

В случае отзыва согласия на обработку персональных данных для целей направления рекламной рассылки субъектам персональных данных и операторам необходимо руководствоваться порядком, установленным пунктом 1 статьи 10 Закона о персональных данных.

Справочно.

Субъект персональных данных вправе в любое время без объяснения причин отозвать свое согласие посредством подачи оператору заявления в письменной форме либо в виде электронного документа в порядке, установленном статьей 14 Закона о персональных данных, либо в форме, посредством которой получено его согласие.

Оператор обязан в пятнадцатидневный срок после получения заявления субъекта персональных данных в соответствии с его содержанием прекратить обработку персональных данных, осуществить их удаление и уведомить об этом субъекта персональных данных, если отсутствуют иные основания для таких действий с персональными данными, предусмотренные Законом о персональных данных и иными законодательными актами.

При отсутствии технической возможности удаления персональных данных оператор обязан принять меры по недопущению дальнейшей обработки персональных данных, включая их блокирование, и уведомить об этом субъекта персональных данных в тот же срок.

Одновременно необходимо учитывать, что Законом Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З "О рекламе" (далее – Закон о рекламе) установлено право потребителя рекламы (абонента или адресата) отказаться от получения рекламы (от размещения (распространения) рекламы в его адрес).

Так, согласно пункту 1 статьи 12 Закона о рекламе рекламодатель обязан по первому требованию абонента или адресата в течение одного рабочего дня со дня поступления такого требования обеспечить прекращение размещения (распространения) рекламы в адрес этого абонента или адресата, а рекламораспространитель – в этот же срок прекратить размещение (распространение) такой рекламы.

При этом Закон о рекламе не конкретизирует форму такого требования, что позволяет абоненту или адресату самостоятельно

определять, в какой форме он выразит отказ от получения рекламы – устно (например, по телефону или во время посещения объекта рекламодателя) или письменно (путем направления письменного обращения, электронного письма или проставления отметки в электронном рекламном сообщении).

1.2. Не вся информация, рассылаемая субъекту персональных данных, является рекламой.

Справочно.

В соответствии с абзацами девятым и двенадцатым статьи 2 Закона о рекламе:

объект рекламирования – продукция, товар, работа или услуга (далее – товар), организация, гражданин, производственный объект, торговый объект, иной объект обслуживания, капитальное строение (здание, сооружение), иное имущество, средство индивидуализации участника гражданского оборота, товара, доменное имя сайта в глобальной компьютерной сети Интернет (далее – сеть Интернет), иное обозначение (логотип, эмблема, знак, символ и другое), информационный ресурс сети Интернет, результат интеллектуальной деятельности, конкурс, лотерея, игра, иное игровое, рекламное или иное мероприятие, пари, права, охраняемые законом интересы, обязанности организаций или граждан, явление (мероприятие) социального характера;

реклама – информация об объекте рекламирования, размещаемая (распространяемая) в любой форме с помощью любых средств, направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и (или) его продвижение на рынке.

Из определения термина "реклама" следует, что информация будет являться рекламой, если она обладает следующими признаками в совокупности:

это информация об объекте рекламирования;

такая информация размещается (распространяется) в любой форме с помощью любых средств (в рассматриваемой ситуации в форме сообщений посредством мобильной связи и (или) сети Интернет);

такая информация направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и (или) его продвижение на рынке.

Не является размещением (распространением) рекламы (т.е. не является рекламной рассылкой) направление субъекту персональных данных, в том числе с использованием абонентского номера, адреса электронной почты сообщений информационного характера для целей заключения договора, когда по договоренности с субъектом персональных данных ему направляется дополнительная информация, необходимая для определения предмета и условий договора или исполнения договора. Для такой обработки персональных данных требуется самостоятельное правовое основание (например, договор, при условии, что при направлении такого сообщения не осуществляется обработка специальных персональных данных).

Примеры.

Организация направляет клиенту: расчет индивидуальных размеров заказываемого товара и его стоимости, необходимых для заключения договора; определение перечня услуг (работ) по ремонту после осмотра помещения.

Страховая организация направляет застрахованному лицу сообщение с напоминанием о необходимости уплаты очередного страхового взноса.

Парикмахерская направляет клиенту сообщение или звонит с целью напоминания о записи на стрижку.

Тренажерный зал направляет своему постоянному клиенту сообщение об изменении графика работы тренажерного зала.

В то же время не может быть признано для целей заключения или исполнения договора направление клиенту сообщений о появлении новых партнерских программ, начислении индивидуальной скидки на следующую покупку, открытии нового торгового объекта, о новых акциях, рекламных играх, условиях обслуживания, предложений принять участие в онлайн-голосовании в поддержку оператора (например, при выборе лучшей организации (товаров, работ, услуг) в определенной области), поскольку такие сообщения имеют признаки рекламной рассылки.

2. Об обеспечении информированного согласия и прозрачного характера обработки персональных данных при направлении рекламной рассылки с использованием абонентского номера, адреса электронной почты.

Использование одновременно нескольких способов рассылки одной и той же рекламы (например, с использованием и абонентского номера, и адреса электронной почты) может приводить к избыточной обработке персональных данных, поскольку соответствующая цель может быть достигнута менее масштабной обработкой (например, с использованием только абонентского номера или только адреса электронной почты).

В этой связи в целях соблюдения требований Закона о персональных данных для минимизации обработки персональных данных и обеспечения прозрачного характера их обработки субъекты персональных данных должны иметь возможность выбирать, какие именно контактные данные они готовы предоставить для целей получения рекламной рассылки и готовы ли они получать, например, не только сообщения, но и звонки с рекламным предложением.

Таким образом, в качестве способов коммуникации субъекта персональных данных с рекламодателем или рекламораспространителем для целей получения рекламы (получения рекламной рассылки) субъектом персональных данных могут быть избраны один или несколько следующих способов:

направление рекламы на электронную почту;
 направление рекламы на абонентский номер (исключая звонки);
 рекламные звонки на абонентский номер.

Примеры.

Не соответствует критерию конкретности указание в согласии таких целей как:

”рассылка рекламы (совершение звонков) с помощью Viber, SMS, а также иным, не запрещенным законодательством способом“;

”осуществление коммуникации с субъектом персональных данных с помощью любых доступных средств, включая, но не ограничиваясь совершением звонков, направлением сообщений в мессенджерах, а также Push-уведомлений“;

”направление любых сообщений (совершение звонков) как от своего имени, так и в интересах третьих лиц (партнеров)“.

2.2. При получении согласия на обработку персональных данных для целей направления рекламной рассылки с использованием абонентского номера (исключая звонки) оператор (уполномоченное лицо по поручению оператора) вправе направлять как СМС-сообщения, так и сообщения в мессенджеры (Viber, Telegram и др.). При этом целесообразно предоставить субъекту персональных данных максимально полную информацию о намерениях оператора использовать различные каналы размещения (распространения) рекламы (направления рекламной рассылки). Это послужит как формированию большего доверия к оператору со стороны субъекта персональных данных, так и осознанному выбору субъекта персональных данных способа коммуникации.

Пример.

При получении согласия на обработку персональных данных для целей направления рекламной рассылки с использованием абонентского номера оператор может проинформировать субъекта персональных данных о том, какие конкретно технологии, а также в какой последовательности он при этом будет использовать (например, ”рассылка рекламных материалов будет осуществляться посредством Viber-сообщения, а в случае если такое сообщение Вам не будет доставлено, мы направим Вам рассылку посредством SMS-сообщения“).

Кроме того, в целях обеспечения принципа прозрачности обработки персональных данных информация о такой обработке должна быть отражена в документе, определяющем политику оператора (уполномоченного лица) в отношении обработки персональных данных.

2.3. С позиции Закона о персональных данных рекламодатель всегда выступает в качестве оператора, в то время как правовой статус рекламораспространителя может быть разным (оператор или уполномоченное лицо) в зависимости от конкретных действий в процессе обработки персональных данных.

Примеры.

В случае если рекламодатель осуществляет рекламную рассылку по поручению рекламодателя, используя только предоставленные рекламодателем сведения о получателях рекламы, он выступает уполномоченным лицом.

Если же в целях рассылки рекламных материалов рекламодатель осуществляет обработку иных, помимо абонентского номера, имеющихся у него персональных данных субъектов персональных данных (например, для осуществления профилирования потенциальных получателей рекламы), то в этом случае он является самостоятельным оператором.

Необходимо отметить, что в соответствии с пунктом 1 статьи 12 Закона о рекламе абонент или адресат может давать согласие на получение рекламы рекламодателю или рекламодателю.

В этой связи если согласие на получение рекламы дано рекламодателю, отправителем сообщения рекламного характера должно являться лицо, которому абонент или адресат давал такое согласие, то есть рекламодатель (сообщение должно содержать его наименование).

Кроме того, после вступления в силу Закона о персональных данных рекламодатель, которому было дано согласие на получение рекламы, обязан получить отдельное согласие субъекта персональных данных на направление рекламной рассылки от третьих лиц. При этом, если в целях рассылки рекламных материалов третьих лиц рекламодатель, являясь самостоятельным оператором, осуществляет обработку иных (помимо абонентского номера) имеющихся у него персональных данных субъектов персональных данных, в этом согласии должен быть раскрыт объем обрабатываемых им персональных данных.

Директор Национального центра
защиты персональных данных

А.А.Гаев

СОГЛАСОВАНО

Министерство антимонопольного регулирования
и торговли Республики Беларусь