

## Czy GDPR (RODO) wymaga zgody w celu sprawdzenia poziomu satysfakcji klienta?

Autor:

**Katarzyna Ułasiuk**

Administrator Bezpieczeństwa Informacji Get Feedback Racino, Sadowski, Skowronek spółka jawna  
Kierownik Zespołu Ochrony Danych Osobowych w iSecure Sp. z o.o.

Zarówno przed nami, GetFeedback (*właściciel platformy Webankieta, przyp. red.*), jak i naszymi klientami miesiące wyzwań. Wszystko przez zbliżający się moment rozpoczęcia stosowania wymogów GDPR (General Data Protection Act), znanego także jako RODO<sup>1</sup>, który nastąpi 25 maja 2018 r. Wiele firm już teraz rozpoczyna przygotowanie się do nowych standardów ochrony danych, a w kontekście naszych usług serwowanych Wam w Webankieta.pl oraz Ankieta.pl szczególne zainteresowanie budzi to, czy GDPR zmieni coś w podstawach do przeprowadzania badań satysfakcji klientów - odbiorców usług czy produktów firm, które korzystają z naszych narzędzi do sprawdzania opinii swoich klientów. Pojawia się pytanie, czy w świetle GDPR konieczne jest pozyskiwanie zgody na przetwarzanie danych osobowych w celu badania satysfakcji klienta?

## Czy zawsze zgoda marketingowa i tylko zgoda?

Już do tej pory, w oparciu o przepisy jeszcze obowiązującej ustawy o ochronie danych osobowych, firmy musiały zastanowić się, na jakiej podstawie prawnej przetwarzają dane osobowe swoich klientów, chcąc sprawdzić ich zadowolenie z usług czy produktów. Podążając za stanowiskiem GODO (Generalnego Inspektora Ochrony Danych Osobowych) badanie satysfakcji klientów można potraktować jako:

1. działania marketingowe<sup>2</sup>, na które klient może wyrazić zgodę (i wtedy zastosowanie ma tutaj zgoda, jako podstawa prawna, o której mowa w art. 23 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie danych osobowych),
2. wobec czego może się sprzeciwić (podstawą prawną przetwarzania danych jest wówczas prawnie usprawiedliwiony cel, o którym mowa w art. 23 ust. 1 pkt 5 tej ustawy, bo wtedy właśnie można wnieść sprzeciw, o którym mowa w przepisach).

Szukając podstawy prawnej do przetwarzania danych osobowych w tym samym celu, lecz w świetle GDPR, spójrzmy na motyw 47 preambuły do ogólnego rozporządzenia. Uprzedzamy, że mowa w nim o alternatywnej do zgody możliwości wykorzystania przez firmę, będącą administratorem, danych swoich klientów dla uzyskania ich opinii o usłudze lub produkcie, świadczonej klientowi przez tego administratora:

„Podstawą prawną przetwarzania mogą być prawnie uzasadnione interesy administratora, w tym administratora, któremu mogą zostać ujawnione dane osobowe, lub strony trzeciej, o ile w świetle rozsądnych oczekiwań osób, których dane dotyczą, opartych na ich powiązaniach z administratorem nadrzędne nie są interesy lub podstawowe prawa i wolności osoby, której dane dotyczą. Taki prawnie uzasadniony interes może istnieć na przykład w przypadkach, gdy zachodzi istotny i odpowiedni rodzaj powiązania między osobą, której dane dotyczą, a administratorem, na przykład gdy osoba, której dane dotyczą, jest klientem administratora lub działa na jego rzecz. Aby stwierdzić istnienie prawnie uzasadnionego interesu, należałoby w każdym przypadku przeprowadzić dokładną ocenę, w tym ocenę tego, czy w czasie i w kontekście, w którym zbierane są dane osobowe, osoba, której dane dotyczą, ma rozsądne przesłanki

by spodziewać się, że może nastąpić przetwarzanie danych w tym celu. Interesy i prawa podstawowe osoby, której dane dotyczą, mogą być nadrzędne wobec interesu administratora danych w szczególności w przypadkach, gdy dane osobowe są przetwarzane w sytuacji, w której osoby, których dane dotyczą, nie mają rozsądnych przesłanek, by spodziewać się dalszego przetwarzania (...) Za działanie wykonywane w prawnie uzasadnionym interesie można uznać przetwarzanie danych osobowych do celów marketingu bezpośredniego."

A teraz z polskiego na nasze. Czy w przypadku, gdy klient korzysta z usług firmy albo kupuje jej produkty, to istnieje „odpowiedni rodzaj powiązania” między nimi? Wydaje się, że tak (a więc byłaby podstawa do wykazywania prawnie uzasadnionego interesu). Czy jeżeli korzystając z usługi albo produktu firmy, klient jest informowany o tym, że w ramach chęci zweryfikowania poziomu zadowolenia z tej usługi czy produktu, jego dane (w niezbędnym, minimalnym zakresie) mogą być przetwarzane przez firmę do przeprowadzenia ankiety satysfakcji, równocześnie z pouczeniem, że może się temu sprzeciwić, to czy można to uznać, za podstawy do wykazywania prawnie uzasadnionego interesu firmy? Wydaje się, że tak, chociaż, jak samo GDPR stanowi, każda firma musi przeprowadzić własną ocenę tego zagadnienia, biorąc pod uwagę indywidualne okoliczności. W końcu więc, czy badanie rynku, mieszczące się według GIODO w pojęciu działań marketingowych, prowadzone w ramach bezpośrednich relacji z klientem, można uznać za „działanie wykonywane w prawnie uzasadnionym interesie”? Wydaje się, że tak, gdyż samo GDPR podaje, że za przykład takiego działania przetwarzanie danych osobowych w celu marketingu bezpośredniego.

Jeżeli firma chcąc przeprowadzić badanie opinii swoich klientów wykaże, że równowaga interesów zarówno firmy, jak i jej klientów zostaje zachowana i może skorzystać (przy zachowaniu warunków opisanych powyżej), z podstawy prawnie uzasadnionego interesu, to polecamy odnotować art. 6 ust. 1 GDPR, gdzie są wymienione konkretne podstawy przetwarzania danych, czyli gwarancje, potwierdzające legalność działania w omawianym celu. Przypominamy, że wystarczy odnalezienie co najmniej jednej z takich gwarancji, aby mówić o dopuszczalności przetwarzania danych klientów w celu zweryfikowania poziomu ich satysfakcji. I tak według art. 6 ust. 1 lit. f) GDPR przetwarzanie danych jest zgodne z prawem, jeżeli „jest niezbędne do celów wynikających z prawnie

uzasadnionych interesów realizowanych przez administratora lub przez stronę trzecią, z wyjątkiem sytuacji, w których nadrzędny charakter wobec tych interesów mają interesy lub podstawowe prawa i wolności osoby, której dane dotyczą, wymagające ochrony danych osobowych, w szczególności gdy osoba, której dane dotyczą, jest dzieckiem.” W GDPR pozostaje więc obecnie znana już alternatywa do zgody, jako podstawy prawnej przetwarzania danych osobowych. Te firmy, które dla celów badania satysfakcji klienta już teraz wykazują tzw. prawnie usprawiedliwiony cel, a nie zgodę, umożliwiającą wykorzystanie danych klientów w ww. celu mogłyby rozważyć utrzymanie swojego sposobu działania w świetle GDPR. Prawnie uzasadniony interes, o którym mowa w GDPR, to taki dzisiejszy prawnie usprawiedliwiony cel, ponieważ warunki dla skorzystania z tej podstawy są w zasadzie analogiczne: niezbędność przetwarzania danych, cel uzasadniony relacją z klientem, zachowanie równowagi pomiędzy celem firmy, a interesami klientów oraz możliwość wniesienia przez klienta sprzeciwu wobec przetwarzania danych osobowych.

GDPR nie wyklucza oczywiście korzystania ze zgody (art. 6 ust. 1 lit. a GDPR), więc te firmy, które działają obecnie za zgodą klienta na przetwarzanie danych osobowych w celu badania opinii dotyczącej usługi/produktu, mogą swoją praktykę utrzymać i kontynuować przetwarzanie danych w oparciu o zgodę. Nie wolno zapominać, że każda z podstaw prawnych wymienionych w GDPR jest tak samo dobra (mają one równorzędny charakter) i wystarczy spełnienie co najmniej jednego z warunków legalności (a więc co najmniej wykazanie zgody lub prawnie uzasadnionego interesu), aby być w zgodzie z przepisami.

<sup>1</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych)

<sup>2</sup> [http://www.giodo.gov.pl/317/id\\_art/3884/j/pl/](http://www.giodo.gov.pl/317/id_art/3884/j/pl/)