

Lærepunkter fra AWS saken

SAKEN – HVA MAN VET

Største bot hittils:

- EURO 746 000 000 – **7,2 milliarder** NOK
- EURO 746 000 - **7,2 millioner** NOK
 - I dagbot hvis ikke rettet innen 6 måneder

LA QUADRATURE DU NET

- Franske aktivistgruppe siden 2008
- GDPR article 77 - Collective complaint for 10 065 individuals
 - Invitert til å delta mellom 16 April - 27 May 2018
 - Klage sendt 28 May 2018
 - Full tekst er på www.laquadrature.net

KLAGE PÅ – AWS PRIVACY POLICY

AWS registrerer praktisk talt all brukeraktivitet:

55. From this different information, it appears that Amazon processes personal data **in order to carry out behavioral analyzes and advertising targeting.**

[...] the purpose of which is to allow the advertisements distributed by Amazon to be displayed to the users most likely to be receptive to them.

Complaint, Section 55

55. De ces différentes informations, il apparaît que Amazon traite des **données personnelles** afin de réaliser des **analyses comportementales** et un **ciblage publicitaire**. Amazon est le **responsable de traitement** de ces opérations, dont la **finalité** est de permettre aux publicités diffusées par Amazon d'être affichées aux utilisateurs les plus susceptibles d'y être réceptifs.

KLAGEN

- Klagen handler ikke om «US transfers»
 - (ville vært rart i 2018)

KLAGEN – IKKE OM CONSENT

56. No document published by Amazon suggests that it intends to base its behavioral analysis and advertising targeting treatments on the consent of its users.

56. Aucun document publié par Amazon ne laisse penser que celui-ci compte fonder ses traitements d'analyse comportementale et de ciblage publicitaire sur le consentement de ses utilisateurs.

Even though not in use by AWS – the complaint seems to argue that consent could not work if it was a prerequisite to use the service and thus not freely given

KLAGEN – OM «NECESSITY FOR CONTRACT»

57. [...]“As part of the Amazon Services, we will recommend features, products and services, including third-party advertisements, that may be of interest to you, we will identify your preferences and we'll personalize your experience”.

58. [...] covered by the contract it enters into with its users, the performance of **which would make them necessary**.

59. [...] behavioral analysis and ad targeting is not the goal that Amazon users pursue when using its services. [...]

57. [...] « Dans le cadre des Services Amazon, nous vous recommanderons des fonctionnalités, des produits et des services, comprenant des publicités de tiers, qui sont susceptibles de vous intéresser, nous identifierons vos préférences et nous personnalisons votre expérience ».

58. [...] seraient prévus par le contrat qu'il passe avec ses utilisateurs, dont l'exécution les rendrait nécessaires.

KLAGEN – OM «BERETTIGET INTERESSE»

64. They cannot be based on a legitimate interest either, because their purpose is to analyze the behavior and to establish a profile of the users for purposes of advertising targeting which, not more than the targeting by means of "cookies ", cannot be authorized without the prior consent of the person concerned.

64. Ils ne sauraient non plus se fonder sur un intérêt légitime, car leur objet est d'analyser le comportement et d'établir un profil des utilisateurs à des fins de ciblage publicitaire ce qui, pas plus que le ciblage au moyen de « cookies », ne saurait être autorisé sans consentement préalable de la personne concernée.

LA QUADRATURE DU NET

- Ba om
 - Forbud mot «behavioural analysis»
 - Forbud mot «targeted ads»
 - Så stor bot som mulig

FORMELL BESLUTNING

- Decision 16 July 2021 – Luxembourg DPA, Commission Nationale pour la Protection des Données (CNPd), warning/decision
- Publicly known through AWS' reporting to US Securities and exchange commission, footnote 4 in the report, first reported by Bloomberg
 - *«We believe the decision is without merit and will counter the decision vigorously»*
 - *«.. AWS claim that they have not had a databreach and no customer data has been shared with third parties»*

INFORMASJON TIL LA QUADRATURE FRA CNIL 2 AUGUST 2021

- No basis in art. 6 for targeted advertising
 - Stop targeted ads or obtain «true» consent
- Articles 12, 13 and 14 are not complied with
- AWS must respond to individuals requesting information on their data used in marketing (access, correction, deletion)
- AWS must establish a mechanism for protesting
- Must be corrected within 6 months
 - Or pay EURO 746 000 per day

[HTTPS://WWW.LAQUADRATURE.NET/EN/2021/07/30/AMAZON-FINED-746-MILLION-EUROS-FOLLOWING-OUR-COLLECTIVE-LEGAL-ACTION](https://www.laquadrature.net/en/2021/07/30/amazon-fined-746-million-euros-following-our-collective-legal-action)

“This “party is over” sanction...”

“Amazon’s reaction to this historic sanction is to complain to Bloomberg, pretending to not understanding what is at stake: “There has been no data breach, and no customer data has been exposed to any third party”. Rightly so: it is the system of targeted advertising itself, and not merely occasional security breaches, that our legal action attacked. **This historic fine hits straight to the heart of Big Tech’s predatory system, and should be celebrated as such.**”

KOMMENTARER FRA NORSK DATATILSYN

KOMMENTARER FRA NORSK DATATILSYN I WWW.DIGI.NO

«Fornøyde forbrukere får velge

.. Ikke sjeldent definerer virksomheter hva kundene ønsker at personopplysningene deres skal brukes til – uten å spørre kundene, og gjerne i strid med empiri. For eksempel har flere virksomheter sagt at kundene ønsker målrettet markedsføring, selv om Datatilsynets siste personvernundersøkelse viser det stikk motsatte.

Noen ganger gir virksomhetene valgfrihet på papiret, men gjemmer valgene såpass godt at de fleste gir opp underveis. For hvert ekstra klikk man må gjennom for å si nei, desto mindre frivillig er valget.»

“.. It is not uncommon for companies to define what customers want their personal information to be used for - without asking customers, and often contrary to empirical data. For example, several companies have said that customers want targeted marketing, even though the Data Inspectorate's latest privacy survey shows the exact opposite.

Sometimes companies give freedom of choice on paper, but hide the choices so well that most people give up along the way. For every extra click you have to go through to say no, the less voluntary the choice is.”

KOMMENTARER FRA NORSK DATATILSYN I WWW.DIGI.NO

Et annet og beslektet element, som **stadig oftere legges vekt på i europeisk tilsynspraksis**, er kundenes berettigede forventninger til behandling av personopplysninger. For eksempel vil kunder ofte forvente – og forutsette – at opplysninger de legger igjen hos en virksomhet de stoler på, ikke deles fritt med utenforstående. Og nei, **her kan man ikke gjemme seg bak kryptiske formuleringer om datadeling i lange personvernerklæringer som de aller fleste ikke leser.**

Another and related element, which is increasingly emphasized in European supervisory practices, is customers' legitimate expectations for the processing of personal data. For example, customers will often expect - and assume - that information they leave with a company they trust will not be shared freely with outsiders. And no, here you can not hide behind cryptic wording about data sharing in long privacy statements that most people do not read.

LÆRINGSPUNKTER

LÆRINGSPUNKTER 1/3

- Noen datatilsyn uttaler seg om ikke-endelige saker, andre gjør det ikke
 - Luxembourg DPA sier så lite at man bare har gjettet på hva bruddet var - formell taushetsplikt
 - Norsk DPA deltar i paneldebatter om saker som pågår og offentliggjør varsler om vedtak - meroffentlighet
 - Klager er fri til å informere media – og de gjør ofte det

LÆRINGSPUNKTER 2/3

- Sanksjonene øker – risk øker
- Datatilsynene er ikke alene om å sikre compliance
 - Mange «småsøsken» til tilsynene som følger med, gruppesøksmål/representasjon
 - Leverandør audits øker (vendor/processor audit)
 - M&A pris – og - kan transaksjonen forsikres?
- Ting tar tid - selv om det ikke er i Irland (som bruker aller lengst tid)
 - AWS – 3 år
 - At tid går, betyr ikke at man slipper reaksjon

LÆRINGSPUNKTER 3/3

- Beslutning i tråd med øvrige nye saker, begrenser bruk av ads/profilering –
 - Norsk Datatilsyn er veldig «på» dette, sammen med Forbrukerrådet
- EDPB Guidelines tolkes bokstavelig (!)
 - I tråd med rettslige prinsipper?
- Mange selskaper trenger å se over sine samtykker og privacy policies
 - Forsiktig med profilering uten samtykke
 - Vær presis i å definere hva en kontrakt «nødvendiggjør»
- Kan ha konsekvenser for gratistjenester finansiert av reklame



Eva Jarbekk

**Partner/lawyer ,
Head of privact & information security**

m: +47 900 51 011

d: +47 23 01 18 29

eva.jarbekk@schjodt.com