

Europa nie może sobie pozwolić na zignorowanie rewolucji danych

Ekonomia danych to filar przyszłego rozwoju, tworzenia miejsc pracy oraz społecznego postępu. Według Komisji Europejskiej, wartość europejskiej gospodarki danych może wzrosnąć z 285 miliardów euro w 2015 roku do 739 miliardów euro w 2020 roku. Konsumenci i obywatele będą korzystać z innowacyjnych towarów i usług oraz – należy mieć nadzieję – korzystać z silnych gwarancji odnośnie do ich praw i prywatności. Wielkie dane stworzą ponadto rządowi i władzom możliwości rozbudowania społecznych programów strategicznych oraz podniesienia efektywności.

Komisja Europejska przyjęła ten kierunek w 2016 roku prezentując rozporządzenie w sprawie ochrony danych osobowych, które ma wejść w życie w dniu 25 maja 2018 roku i które ma na celu poszerzenie praw jednostki oraz uproszczenie regulacji pod kątem poprawy możliwości działania w biznesie.

Zagwarantowanie prywatności ma kluczowe znaczenie dla utrzymania zaufania obywateli do technologii cyfrowych.

Niżej podpisane firmy i organizacje uważają, że poufność łączności elektronicznej oraz ochrona danych osobowych są, w swej istocie, niepodważalne. Pragną one, aby owe fundamentalne zasady zostały wpisane w harmonijne ramy z korzyścią dla obywateli Europy oraz graczy cyfrowych w obrębie dynamicznego i innowacyjnego ekosystemu.

Jednakże proponowane rozporządzenie odnośnie do „e-prywatności”, nad którym głosował ostatnio Parlament Europejski oraz które jest obecnie omawiane w gronie państw członkowskich, nie doprowadzi do osiągnięcia żadnego z tych celów.

Jesteśmy zaniepokojeni faktem, iż aktualne propozycje nie zapewniłyby skutecznej ochrony konsumentom. Wzmocniłyby one podmioty już i tak dominujące w gospodarce danych; zagroziłyby rozwojowi europejskich startupów i innowacyjnych firm, reklamom sieciowym, operatorom telekomunikacyjnym oraz innym sektorom, a także podważyłyby kluczową rolę prasy i mediów w europejskim życiu demokratycznym.

Aktualny projekt rozporządzenia w sprawie prywatności w istocie:

- zapewnia globalnym graczom preferencyjne traktowanie w obszarze zbierania i przetwarzania danych, a szczególnie danych lokalizacyjnych. Dane gromadzone za pomocą urzędów i działań operacyjnych byłyby uważane - bez żadnego uzasadnienia i z pominięciem skutecznej i konsekwentnej ochrony konsumenta - za mniej wrażliwe niż dane związane z europejskimi sieciami łączności,;#

#

- odbiera możliwość już wprowadzoną rozporządzeniem o ogólnej ochronie danych w zakresie przetwarzania danych, przy zachowaniu odpowiednich gwarancji, takich jak słuszny interes, dalsze kompatybilne przetwarzanie oraz przetwarzanie dla celów statystycznych;
- nie uwzględnia skomplikowanego łańcucha wartości cyfrowych reklam i jego szybkiej ewolucji;

- oficjalnie przekazuje zarządzanie elementami śledzącymi cookies w obszar interfejsów przeglądania, pozbawiając użytkowników Internetu możliwości decydowania o relacjach, jakie pragną utrzymywać z każdą stroną internetową. Takie rozwiązanie postawiłoby firmy pojawiające się na rynku na straconej pozycji, redukując ich możliwości pozyskiwania wpływów z reklam za pomocą ukierunkowanych i relewantnych komunikatów. Zmniejszyłoby możliwości w zakresie inwestowania w wysokiej jakości dziennikarstwo w Europie, nie pozwalając wydawcom prasy i mediom na budowanie opartych na zaufaniu relacji z czytelnikami oraz promowanie redakcyjnych treści;
- zamknęłoby firmy technologiczne i startupy na wąskim lokalnym rynku;
- skierowane jest ku specyficznym technologiom, takim jak „maszyna do maszyny” bez uzasadnienia potrzeby takiego postępowania, choć regulacja powinna być możliwie najbardziej technologicznie neutralna.

Apelujemy do europejskich i krajowych decydentów o dokonanie przeglądu projektu rozporządzenia w sprawie prywatności w sieci. Jednolity rynek cyfrowy zasługuje na coś więcej niż rozporządzenie zawierające liczne i niekontrolowane efekty uboczne. Aby zagwarantować ochronę jednostek oraz rozwój europejskiego ekosystemu cyfrowego, konieczne są jasne i proste definicje, rozdział między danymi osobowymi i nie-osobowymi, oraz przepisy możliwe do spójnego i horyzontalnego wdrażania.

#

#

- BDZV (Federalne Stowarzyszenie Niemieckich Wydawców Gazet, Niemcy)
- Bouygues Telecom, Francja
- CEPI (Europejska Konfederacja Niezależnych Producentów Telewizyjnych, Belgia)
- Criteo, Francja
- Deutsche Startups, Niemcy
- EMMA (Europejskie Stowarzyszenie Mediów Magazynowych, Bruksela)
- ENPA (Europejskie Stowarzyszenie Wydawców Gazet, Bruksela)
- Europejska Sieć Startupów, Bruksela
- Fédération Française des Télécoms, Francja
- France Digitale, Francja
- GESTE, Francja
- IAB Europe, Bruksela
- IAB France, Francja
- Fundacja Gospodarki Internetowej, Niemcy
- LaPresse.be (Alliance des medias d' information, Belgia)
- Magazines Ireland (Irlandia)
- Orange, Francja
- Izba Wydawców Prasy (Polska)
- PPA (Stowarzyszenie Profesjonalnych Wydawców, Zjednoczone Królestwo)
- SEPM (Syndicat des Editeurs de Presse Magazine, Francja)
- SFR, Francja
- SPECT (Syndicat des Producteurs et créateurs de programmes audiovisuels), Francja

- SPQN (Syndicat de la Presse Quotidienne Nationale, Francja)
- SRI (Syndicat des Régies Internet, Francja)
- Startup Belgium, Belgia
- Startup Cyprus, Cypr
- Teads, Luksemburg
- TF1, Francja
- UPRÉG (Union de la Presse en Région, Francja)
- VDZ (Niemieckie Stowarzyszenie Wydawców Magazynów, Niemcy)
- Vodafone, Zjednoczone Królestwo
- Webedia
- Zalando