

## RĪGĀ

29.10.2020. Nr. 1-23/194\_e

### **Datu valsts inspekcijai** *Paziņošanai e-adresē*

Par datu subjekta piekrišanu uzņēmumu grupai

Latvijas Finanšu nozares asociācija (turpmāk – Asociācija) vēršas pie Datu valsts inspekcijas ar lūgumu sniegt skaidrojumu par iespēju neatkarīgo pārziņu grupai iegūt datu subjekta piekrišanu.

#### **Ievads**

Saskaņā ar Vispārīgās datu aizsardzības regulas (turpmāk – VDAR) 6. panta 1. punkta “a” apakšpunktu datu pārzinis personas datus var apstrādāt, pamatojoties uz datu subjekta sniegto piekrišanu savu personas datu apstrādei vienam vai vairākiem nolūkiem. Piekrišana ir viens no sešiem tiesiskajiem pamatiem, uz kā datu pārzinis drīkst likumīgi apstrādāt datus. Papildu norādes attiecībā uz to, kā nodrošināt piekrišanas atbilstību, ir dotas VDAR 7. pantā, kā arī 32., 33., 42. un 43. apsvērumā. Vienlaikus datu aizsardzības uzraudzības iestādes (piemēram, 29. panta darba grupa un Eiropas Datu aizsardzības kolēģija, turpmāk – EDAK) ir izdevušas vairākus dokumentus, detalizētāk skaidrojot piekrišanas jēdzienu (sk. 29. panta darba grupas Pamatnostādnes par piekrišanu<sup>1</sup> un EDAK 05/2020 Pamatnostādnes par piekrišanu<sup>2</sup>). Tomēr praksē esam konstatējuši situācijas, kas nav ietvertas minētajos dokumentos un attiecībā uz ko ir nepieciešams saņemt Datu valsts inspekcijas viedokli.

Piemēram, uzņēmumu grupa (mātes uzņēmums kopā ar meitas uzņēmumiem un citiem saistītajiem uzņēmumiem, kas darbojas vienas valsts teritorijā viena zīmola ietvaros<sup>3</sup>) plāno ievākt klientu piekrišanu personas datu apstrādei tiešās tirgvedības (angļu – *direct marketing*) nolūkiem (piem., personalizētu piedāvājumu sagatavošanai). Katrs uzņēmums darbojas kā neatkarīgs datu pārzinis, piemēram, līzings uzņēmums ir datu pārzinis attiecībā

<sup>1</sup> 29. panta darba grupas “Pamatnostādnes par piekrišanu saskaņā ar Regulu 2016/679” (wp259.rev.01), pieņemtas 10.04.2018. Pieejamas šeit: [https://ec.europa.eu/newsroom/article29/item-detail.cfm?item\\_id=623051](https://ec.europa.eu/newsroom/article29/item-detail.cfm?item_id=623051)

<sup>2</sup> EDAK “Pamatnostādnes 05/2020 par piekrišanu saskaņā ar Regulu 2016/679”, pieņemtas 04.05.2020. Pieejamas šeit (angļu valodā): [https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb\\_guidelines\\_202005\\_consent\\_en.pdf](https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_guidelines_202005_consent_en.pdf)

<sup>3</sup> Kā piemēru var minēt Swedbank, kura zīmola ietvaros Latvijā darbojas gan “Swedbank” AS, kas ir mātes uzņēmums diviem meitas uzņēmumiem, t.i., “Swedbank Līzings” SIA un “Swedbank Atklātais pensiju fonds” AS, bet arī Igaunijas uzņēmumu filiāles, t.i., Swedbank Life Insurance SE Latvijas filiāle un Swedbank P & C Insurance AS Latvijas filiāle, kā arī Zviedrijas uzņēmuma Swedbank Robur AB meitas uzņēmums “Swedbank Ieguldījumu Pārvaldes Sabiedrība” AS.

uz saviem klientiem un attiecībā uz personalizētu piedāvājumu izstrādi saistībā ar lizinga produktiem un pakalpojumiem. Neapšaubāmi, uzņēmumu grupa var leģitīmi darboties arī uz cita tiesisko attiecību modeļa pamata, taču zemāk tiks aprakstītas situācijas un doti piemēri tikai attiecībā uz gadījumiem, kad viens uzņēmums (apstrādātājs) darbojas citu uzņēmumu (neatkarīgo pārzinu) vārdā.

Attiecības ar klientiem uzņēmumu grupas ietvaros ir balstītas grupas darbības modeli, kas var paredzēt viena uzņēmuma rīkošanos citu vārdā. Piemēram, banka, kurai pieder tādi komunikācijas kanāli kā filiāles, internetbanka, zvanu centrs utt., rīkojas kā datu apstrādātājs savu meitas un saistīto uzņēmumu vārdā. Šādā gadījumā piekrišanu var lūgt saņemt datu apstrādātājs.

Vēl kāda uzņēmumu grupai specifiska iezīme ir tas, ka persona bieži vien vienlaicīgi ir vairāku grupas uzņēmumu klients, piemēram, persona ir gan bankas, gan lizinga uzņēmuma klients.

Uzņēmumu grupai izstrādājot lielu daudzumu personalizētu piedāvājumu, daži piedāvājumi var pārklāties vai būt savstarpēji konkurējoši. Risinājumi var atšķirties atkarībā no klienta finansiālās situācijas, dzīvesveida un prioritātēm.

#### Piemēri:

- *Klientam, kurš vēlas iegādāties jaunu automašīnu, ir pieejami divi alternatīvi piedāvājumi: lizinga uzņēmums var piedāvāt auto lizinga produktu, savukārt banka – auto kredīta produktu. Abi produkti ir savstarpēji līdzīgi, taču tiem atšķiras procentu likme, nepieciešamība pēc pirmās iemaksas, īpašumtiesību maiņas brīdis u.c. aspekti.*
- *Uzņēmumu grupa piedāvā šādus produktus: banka – krājriku un termiņnoguldījumus, ieguldījumu pārvaldības uzņēmums – fondus un 3. līmeņa pensiju, dzīvības apdrošināšanas uzņēmums – privāto portfeli un uzkrājumu bērna nākotnei. Ja klients sniedz piekrišanu tikai dzīvības apdrošināšanas uzņēmumam, grupai no personalizētā piedāvājuma būtu jāizslēdz krājriks un termiņnoguldījums, lai gan pēdējais varētu būt piemērotāks, piemēram, gadījumā, ja klients nav sācis veidot drošības spilvenu. Rezultātā klients saņem privātā portfeļa piedāvājumu un sāks krāt naudu saskaņā ar ilgtermiņa līgumu (10 gadi), lai gan klients varētu sadalīt savus līdzekļus starp krājriku un privāto portfeli, nodrošinot savu līdzekļu likviditāti.*
- *Turpinot iepriekšējo piemēru no cita rakursa: ja klients nav informēts par privātā portfeļa produktu, kam ir salīdzinoši īss termiņš, un līdz ar to iegulda visus savus brīvos līdzekļus 3. līmeņa pensijas fondā, klients atkal ierobežo savu līdzekļu likviditāti.*

Kā redzams no iepriekš dotajiem piemēriem, piedāvājumi aizdevumu, lizinga, apdrošināšanas, ieguldījumu u.c. jomās ir ļoti specifiski un sarežģīti, kā arī tie paredzēti dažādām klientu finansiālajām vajadzībām. Pamatojoties uz individuālā klienta situāciju, viņa vajadzībām var atbilst dažādi produkti no vienas kategorijas. Tas ir klienta interesēs salīdzināt dažādus risinājumus un izvēlēties to, kas visvairāk atbilst viņa vajadzībām un interesēm.

Kā arī līgumsaistībām, ko klients uzņemas pret vienu vai vairākiem grupas uzņēmumiem, var būt ilgtermiņa un būtiska ietekme uz klienta dzīvi. Piemēram, klients, kurš vēlas iegādāties dzīvokli, var ņemt aizdevumu vairāku (desmitu) tūkstošu apmērā uz 30 gadiem. Līdzīgu piemēru var piemēklēt ieguldījumu jomā, kurā daudzi risinājumi ir domāti ilgtermiņa ieguldījumiem, piemēram, lai sāktu veidot uzkrājumus pensijas vecumam. Tie ir

būtiski lēmumi, kas ietekmē klienta dzīvi un labklājību. Šādi produkti atšķiras no piedāvājumiem citās industrijās, piemēram, mazumtirdzniecībā, kur klients pie viena tirgotāja var izvēlēties, kura ražotāja preci pirkt. Tādējādi, mūsaprāt, pieejamība plašam piedāvājumu klāstam ir klientu interesēs, jo tā ļauj klientam izdarīt labāku izvēli.

Pārzinot visu piedāvājumu klāstu, savas darbības specifiku un pazīstot savus klientus, pārziņi kā grupa var vislabāk apkalpot klientu intereses un aktuālās vajadzības. Savukārt klienti var neizprast grupas uzņēmumu darbības modeli un atšķirības starp piedāvājumiem, kas nāk no dažādiem grupas uzņēmumiem, un var nespēt izvēlēties, kurš grupas uzņēmums piedāvā klienta vajadzībām un interesēm atbilstošāko piedāvājumu. Lielāka pārredzamība un papildu skaidrojumu sniegšana var palīdzēt, taču tam var arī būt pretējais efekts uz klientiem, jo viņus var nogurdināt papildu informācijas apjoms, vēl jo vairāk mazinot viņu pārlicību, ka viņi spēj izdarīt apzinātu izvēli. Turklāt, sniedzot papildu skaidrojumus, pārziņis var pārkāpt pārredzamības principu, kas nosaka, ka visai informācijai, kas adresēta datu subjektam, ir jābūt kodolīgai un viegli saprotamai (VDAR 58. apsvēruma). Visticamāk šādos gadījumos klients vienkārši atteiktos sniegt piekrišanu, tā vietā, lai iedziļinātos detaļās un piemērotāko risinājumu.

“Swedbank” AS veiktās klientu intervijas un aptaujas liecina, ka klienti ir visnotaļ ieinteresēti un pat sagaida, ka datu pārziņi sagatavos personalizētus piedāvājumus, kas atbilst tieši viņu interesēm un konkrētā brīža vajadzībām. Klienti arī sagaida, ka banka izturēsies pret viņiem ar cieņu, kas tostarp nozīmē cienīt, ka klients nav jurists vai finanšu eksperts, kas pilnvērtīgi pārzina juridisko terminoloģiju. Mūsaprāt, jebkādi šķēršļi komunikācijā (piemēram, gari, sarežģīti teksti, kavēšanās ar lēmumu pieņemšanu) starp uzņēmumu un klientu var likt klientam atturēties no piedāvājuma pieņemšanas vai pat vērsties pie cita uzņēmuma, kas piedāvā ātrāku, lai gan, iespējams, mazāk atbilstošu risinājumu. Ja klients atklās, ka uzņēmums viņam nesniedza alternatīvo piedāvājumu no vienas grupas uzņēmumiem, kas vairāk atbilstu viņa interesēm, tas var arī rezultēties klienta sūdzībās.

## **Jautājumi**

Nemot vērā iepriekšminēto, mēs vēlētos uzzināt Jūsu viedokli attiecībā uz šādiem jautājumiem:

**1)** vai datu apstrādātājs drīkst ievākt piekrišanu personas datu apstrādei no neatkarīgo datu pārziņu grupas klientiem, ja apstrādātājs rīkojas šo pārziņu vārdā?

Mūsaprāt, datu apstrādātājs var ievākt piekrišanu no datu pārziņu grupas klientiem, ja attiecīgā apstrāde tiek īstenota saskaņā ar VDAR 28. pantu, t.i., starp pārziņi un apstrādātāju ir noslēgts datu apstrādes līgums, apstrādātājs ir ieviesis atbilstošus tehniskos un organizatoriskos pasākumus VDAR prasību izpildei un datu subjektu tiesību aizsardzības nodrošināšanai;

**2)** vai datu apstrādātājs drīkst saņemt vienu piekrišanu personas datu apstrādei konkrētam tiešās tirgvedības nolūkam (piem., personalizētu piedāvājumu izstrādei) neatkarīgo datu pārziņu grupas vārdā ar nosacījumu, ka:

**a)** netiek nodrošināta detalizācija datu pārziņu līmenī, kas nozīmē, ka klientam netiek dota iespēja izvēlēties, kuram uzņēmumam grupas ietvaros piekrišana tiek dota, tā vietā sniedzot piekrišanu visai pārziņu grupai kopumā. Neapšaubāmi, visiem pārziņiem jābūt

uzskaitītiem piekrišanas tekstā, jo atbilstoši VDAR 13. panta prasībām jānorāda pārziņu identitāte;

b) vienlaikus piekrišana tiek lūgta klienta personas datu apmaiņai pārziņu grupas ietvaros konkrētam tiešās tirgvedības nolūkam.

#### Piekrišanas piemērs:

*Es atļauju Bankai, kas rīkojas savā un citu uzņēmumu, kas darbojas Latvijā, vārdā (t.i., līzings uzņēmuma un dzīvības apdrošināšanas uzņēmuma vārdā), turpmāk – Grupa, apmainīties ar maniem personas datiem Grupas ietvaros, lai apstrādātu manus personas datus (norādot datu kategorijas) personalizētu piedāvājumu sagatavošanai (var norādīt jomas, piemēram, aizdevumu, līzingu utt.), kas varētu būt atbilstoši un noderīgi manai konkrētajai situācijai.*

*Piekrītu*

*Nepiekrītu*

Lai arī šajā gadījumā piekrišana nav detalizēta (angļu – *granular*), t.i., datu subjektam nav iespējas sniegt atsevišķu piekrišanu katram datu pārzinim un atsevišķu piekrišanu katram datu apstrādes nolūkam (piedāvājumu sagatavošanai un personas datu apmaiņai pārziņu grupas ietvaros), mūsaprāt, šāda piekrišana ir derīga.

Kā skaidrots iepriekš, lai arī uzņēmumu grupa var izstrādāt tehnisku risinājumu un ievākt pārziņu līmenī detalizētu piekrišanu, šāds risinājums nebūtu klientiem draudzīgs nedz informācijas uztveršanas, nedz sev izdevīgākās izvēles izdarīšanas kontekstā. Patiesībā, uzticot savus datus uzņēmumu grupai un ļaujot tai izstrādāt ieteikumus atbilstoši klienta interesēm, klients būtu tikai ieguvējs. Jāatzīmē, ka, lai arī datu apstrāde tiek veikta tiešās tirgvedības nolūkos, lai paplašinātu uzņēmuma darbību, šis aspekts nekādā veidā nemazina klientu izrādīto uzticību grupas uzņēmumiem. Tieši pretēji – klients zināmā mērā varētu justies šo uzņēmumu maldināts, ja tie nepiedāvā savam klientam labāko iespējamo risinājumu.

Vēl kāds faktors, kas jāņem vērā, ir tas, ka klienti visbiežāk nezina vai neizprot (vai pat nevēlas izprast) grupā ietilpstošo uzņēmumu savstarpējo attiecību peripetijas. Klienti visus šos meitas un saistītos uzņēmumus parasti uztver kā vienotu veselumu – vienu zīmolu. Šāda apvienotā identitāte arī izriet no prakses, jo dažkārt grupas uzņēmumi un viņu klienti izmanto vienus un tos pašus komunikāciju veidus: vienu mājaslapu, vienu internetbanku, vienotu telefona numuru utt. Līdz ar to šo attiecību detalizēta skaidrošana var ietekmēt klientu jau izrādīto uzticību konkrētajam zīmolam.

Tiek ievākta viena piekrišana gan datu apmaiņai pārziņu grupas ietvaros, gan personalizētu piedāvājumu sagatavošanai, jo abi apstrādes nolūki ir savstarpēji saistīti. Grupa nevar sagatavot personalizētus piedāvājumus, ja klients nav piekritis savu datu apmaiņai pārziņu grupas ietvaros. Savukārt apmainīties ar datiem grupas ietvaros nebūs nekādas jēgas vai vajadzības, ja klients vienlaikus nebūs arī piekritis piedāvājumu sagatavošanai. Līdz ar to, ievācot divas atsevišķas piekrišanas, izveidotos situācija, kur ne visi klienti sniedz abas piekrišanas. Ja klients piekrišanu nav sniedzis, gan klientam, gan pārzinim viss ir skaidrs, t.i., nekāda apstrāde nevar tikt veikta. Taču, ja klients ir sniedzis tikai vienu no divām piekrišanām, klientam nebūs skaidrs, ka nekāda apstrāde faktiski nevar notikt, jo otra piekrišana nav sniegta. Ja klientam tiktu skaidrota nepieciešamība pēc divu

piekrišanu sniegšanas, klientam būtu jālasa un jāizprot papildu teksts, turklāt klients varētu justies spiests sniegt abas piekrišanas. Līdz ar to klientam varētu rasties brīvas izvēles ilūzija.

Jāpiebilst, ka ir klienti, kuriem ir interese saņemt detalizētāku informāciju. Šajā gadījumā klientam būtu pieejama informācija, kādi datu pārziņi piedāvā kādus pakalpojumus. Līdz ar to klients, sniedzot savu piekrišanu, būtu arī guvis iespēju tuvāk iepazīties ar grupas uzņēmumiem un to piedāvātajiem pakalpojumiem.

Noslēdzot otrā jautājuma skaidrojumu, vēlamies norādīt, ka nav iespējams nodrošināt detalizāciju pārziņa vai nolūka līmenī tā, lai piekrišana būtu gan atbilstoša VDAR prasībām, gan klientu vajadzībām un interesēm. Atbilstošāks risinājums pārziņu līmenī būtu iespējams, taču, kā paskaidrots iepriekš, tas radītu apgrūtinājumus klientiem. Savukārt detalizācija nolūka līmenī netiek dota, jo abi nolūki ir savstarpēji saistīti un nav īstenojami atsevišķi viens no otra.

## Secinājumi

Noslēgumā vēlamies atzīmēt, ka jebkurā gadījumā klientam ir tiesības atsaukt savu piekrišanu. Par šīm tiesībām klients var tikt informēts piekrišanas tekstā vai arī pārziņu privātuma politikā, kas ir brīvi pieejama datu subjektiem.

Jāpiebilst arī tas, ka vienas piekrišanas pārvaldīšana grupas līmenī gan no tehniskā, gan no regulējuma viedokļa būtu daudz efektīvāka, nekā dažādiem pārziņiem grupas ietvaros sniegtu vairāku piekrišanu apstrāde. Efektīva datu subjektu tiesību pārvaldība ir pozitīva ne tikai biznesam, bet arī klientiem kā datu subjektiem. Piemēram, klientam būs iespēja atsaukt savu piekrišanu, iesniedzot vienu datu subjekta pieprasījumu, kas adresēts pārziņu grupai, un nebūs jāraksta vairāki atsaukumi, kas adresēti katram datu pārziņim atsevišķi. Dažas bankas pat piedāvā saviem klientiem internetbankā integrētu tehnisku iespēju pārvaldīt sniegtās piekrišanas savu personas datu apstrādei, piemēram, iespēju ar vienu klikšķi sniegt vai atsaukt piekrišanu. Tādējādi klients var būt drošs, ka viņa sniegtā vai atsauktā piekrišana tiks pienācīgi un savlaicīgi administrēta.

Vienlaikus pārziņi īsteno atbilstošus tehniskos un organizatoriskos pasākumus, kā arī integrēs nepieciešamos aizsardzības risinājumus datu subjektu tiesību aizsardzībai.

Asociācija pateicas Datu valsts inspekcijai par līdzšinējo veiksmīgo sadarbību un atbalstu neskaidro jautājumu risināšanā, kā arī aicina, ja tā ir ērtāk, šajā vēstulē minēto pārrunāt un atbildes sniegt tiešsaistes sarunā, to protokolējot.

Ar cieņu

Valdes loceklis

Jānis Brazovskis

ŠIS DOKUMENTS IR ELEKTRONISKI PARAKSTĪTS AR  
DROŠU ELEKTRONISKO PARAKSTU UN SATUR LAIKA ZĪMOGU

Sagatavoja:

Veronika Sajadova, [veronika.sajadova@swedbank.lv](mailto:veronika.sajadova@swedbank.lv)