



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
DANYCH OSOBOWYCH**

Mirosław Wróblewski

Warszawa, 5 sierpnia 2024 r.

DS.523.4480.2024

POSTANOWIENIE

Na podstawie art. 123 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2024 r. poz. 572) w zw. z art. 70 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2019 r. poz. 1781) w zw. z art. 66 ust. 1 rozporządzenia 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) (Dz. Urz. UE L 119 z 4.05.2016, str. 1, Dz. Urz. UE L 127 z 23.05.2018, str. 2 oraz Dz. Urz. UE L 74 z 4.03.2021, str. 35), w postępowaniu ze skargi Pana J.C. zam. w W., na nieprawidłowości w procesie przetwarzania jego danych osobowych przez M., polegające na udostępnianiu jego danych osobowych, w tym nieprawdziwych informacji na jego temat, w reklamach wyświetlanych na portalach społecznościowych: F., dostępnym pod adresem internetowym [...] oraz I., dostępnym pod adresem internetowym [...], bez podstawy prawnej, Prezes Urzędu Ochrony Danych Osobowych postanawia

zobowiązać M. do ograniczenia przetwarzania danych osobowych Pana J.C. zam. w W., poprzez zakazanie ich udostępniania na rzecz innych podmiotów w reklamach wyświetlanych na portalach społecznościowych: F., dostępnym pod adresem internetowym [...] oraz I., dostępnym pod adresem internetowym [...], na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej przez okres trzech miesięcy od dnia doręczenia niniejszego postanowienia M.

Uzasadnienie

Do Urzędu Ochrony Danych Osobowych wpłynęła skarga Pana J.C. zam. w W., zwanego dalej Skarżącym, na nieprawidłowości w procesie przetwarzania jego danych osobowych przez M., zwaną dalej Spółką, polegające na udostępnianiu jego danych osobowych, w tym nieprawdziwych informacji na jego temat, w reklamach wyświetlanych na portalach społecznościowych: F., dostępnym pod adresem internetowym [...] oraz I., dostępnym pod adresem internetowym [...], bez podstawy prawnej.

W treści ww. skargi Skarżący podniósł w szczególności, że Spółka naruszyła jego dane osobowe poprzez publikowanie – bez jego zgody oraz bez jakiegokolwiek innej podstawy

prawnej przetwarzania danych osobowych – jego wizerunku oraz imienia i nazwiska w reklamach przygotowanych w formie deepfake, polegające na udostępnianiu bezprawnie zmodyfikowanego nagrania z wizerunkiem Skarżącego bez dokonania wymaganej oceny wiarygodności źródła pochodzenia materiałów oraz bez zastosowania odpowiedniego trybu weryfikacji prawdziwości pozyskanych danych osobowych (nagrania), co naraziło Skarżącego na utratę zaufania do prowadzonej przez niego działalności i dobrego imienia. W reklamach tych bowiem zestawiane są prawdziwe i aktualne dane osobowe Skarżącego oraz dane dotyczące prowadzonej przez niego działalności gospodarczej z nieprawdziwymi informacjami, że Skarżący jest założycielem, wspiera i sprawuje kontrolę nad reklamowanymi platformami inwestycyjnymi.

Jednocześnie Skarżący wskazał, że podejmował działania wobec Spółki, przesyłając [...] lipca 2024 roku wezwanie do usunięcia reklam i materiałów sponsorowanych oraz zaprzestania wyświetlania reklam, które wykorzystują wizerunek Skarżącego.

Na dowód zaistniałego naruszenia przepisów ochrony danych osobowych Skarżący przedłożył wydruk reklamy wyświetlanej na profilu „I. ”, dostępnej pod adresem: [https://\[...\]](https://[...]), wydruk reklamy wyświetlanej na profilu „T.”, dostępnej pod adresem: [https://\[...\]](https://[...]), wydruk reklamy wyświetlanej na profilu „R.” dostępnej pod adresem: [https://\[...\]](https://[...]), wydruk reklamy wyświetlanej na profilu „N.”, dostępnej pod adresem [https://\[...\]](https://[...]), wydruk reklam wyświetlanych na profilu „B.”; dostępnych pod adresami: [https://\[...\]](https://[...]); [https://\[...\]](https://[...]); [https://\[...\]](https://[...]), wydruk reklam wyświetlanych na profilu „S.”, dostępnych pod adresami: [https://\[...\]](https://[...]), [https://\[...\]](https://[...]), wydruk reklam wyświetlanych na profilu „L.”, dostępnych pod adresami: [https://\[...\]](https://[...]); [https://\[...\]](https://[...]); [https://\[...\]](https://[...]), wydruk reklam wyświetlanych na profilu „K. ”, dostępnych pod adresami: [https://\[...\]](https://[...]); [https://\[...\]](https://[...]); [https://\[...\]](https://[...]); [https://\[...\]](https://[...]); [https://\[...\]](https://[...]), wydruk reklam wyświetlanych na profilu „P.” dostępnych pod adresami: [https://\[...\]](https://[...]); [https://\[...\]](https://[...]).

Wskazując na powyższe Skarżący wniósł m. in. o nakazanie Spółce całkowitego ograniczenia przetwarzania, w tym zakazu przetwarzania danych osobowych Skarżącego w postaci emisji materiałów reklamowych w postaci deepfake z wizerunkiem oraz imieniem i nazwiskiem Skarżącego i nałożenie na Spółkę administracyjnej kary pieniężnej na mocy art. 83 rozporządzenia 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) (Dz. Urz. UE L 119 z 4.05.2016, str. 1, Dz. Urz. UE L 127 z 23.05.2018, str. 2 oraz Dz. Urz. UE L 74 z 4.03.2021, str. 35), zwanego dalej RODO, adekwatnej do okoliczności i skali naruszenia przepisów o ochronie danych osobowych.

Jak wynika z ustaleń Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, mimo skierowanego przez Skarżącego do Spółki ww. wezwania z dnia [...] lipca 2024 r., dane osobowe Skarżącego nadal są udostępniane przez Spółkę w kwestionowany w skardze sposób. Dane te bowiem nadal figurują w reklamach dostępnych pod adresami: [https://\[...\]](https://[...]), [https://\[...\]](https://[...]), [https://\[...\]](https://[...]), [https://\[...\]](https://[...]), [https://\[...\]](https://[...]).

Kwestionowane przez Skarżącego przetwarzanie jego danych osobowych przez Spółkę ma charakter „transgranicznego przetwarzania” w rozumieniu art. 4 pkt 23 lit. a) RODO, zgodnie z którym transgraniczne przetwarzanie oznacza przetwarzanie danych osobowych, które odbywa się w Unii w ramach działalności jednostek organizacyjnych w

więcej, niż jednym państwie członkowskim administratora lub podmiotu przetwarzającego w Unii posiadającego jednostki organizacyjne w więcej niż jednym państwie członkowskim.

Z uwagi na to, iż siedziba Spółki znajduje się w Irlandii, właściwym do podejmowania działań w sprawie jako wiodący organ nadzorczy, względem tego transgranicznego przetwarzania danych Skarżącego, stosownie do art. 56 ust. 1 RODO, jest Data Protection Commission, 21 Fitzwilliam Square South, Dublin 2, D02 RD28, Ireland.

Jednakże zgodnie z art. 66 ust. 1 RODO, w wyjątkowych okolicznościach, jeżeli organ nadzorczy, którego sprawa dotyczy, uzna, że istnieje pilna potrzeba podjęcia działań w celu ochrony praw i wolności osób, których dane dotyczą, może w drodze odstępstwa od mechanizmu spójności, o którym mowa w art. 63, 64 i 65, lub od procedury, o której mowa w art. 60, niezwłocznie przyjąć środki tymczasowe mające na terytorium jego państwa członkowskiego wywołać skutki prawne przez określony okres, nieprzekraczający trzech miesięcy. Organ nadzorczy niezwłocznie informuje o tych środkach i o powodach ich przyjęcia pozostałe organy nadzorcze, których sprawa dotyczy, Europejską Radę Ochrony Danych i Komisję.

Z kolei zgodnie z brzmieniem art. 70 ust. 1 ustawy z dnia 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2019 r. poz. 1781), jeżeli w toku postępowania zostanie uprawdopodobnione, że przetwarzanie danych osobowych narusza przepisy o ochronie danych osobowych, a dalsze ich przetwarzanie może spowodować poważne i trudne do usunięcia skutki, Prezes Urzędu, w celu zapobieżenia tym skutkom, może, w drodze postanowienia, zobowiązać podmiot, któremu jest zarzucane naruszenie przepisów o ochronie danych osobowych, do ograniczenia przetwarzania danych osobowych, wskazując dopuszczalny zakres tego przetwarzania. Zgodnie z art. 70 ust. 2 ustawy o ochronie danych osobowych, w postanowieniu, o którym mowa w ust. 1, Prezes Urzędu określa termin obowiązywania ograniczenia przetwarzania danych osobowych nie dłuższy niż do dnia wydania decyzji kończącej postępowanie w sprawie.

Jak wynika z powyższych przepisów podstawą przyjęcia przez organ nadzorczy, którego sprawa dotyczy, środków tymczasowych na terytorium jego państwa członkowskiego w trybie art. 66 ust. 1 RODO jest pilna potrzeba podjęcia działań w celu ochrony praw i wolności osób, których dane dotyczą. Środki tymczasowe na gruncie prawa krajowego przewiduje powołany wyżej art. 70 ust. 1 ustawy o ochronie danych osobowych w postaci wydania postanowienia zobowiązującego podmiot, któremu jest zarzucane naruszenie przepisów o ochronie danych osobowych, do ograniczenia przetwarzania danych osobowych, zaś przesłanką ich stosowania jest uprawdopodobnienie naruszenia przepisów o ochronie danych oraz zagrożenia spowodowania poważnych i trudnych do usunięcia skutków.

W ocenie Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych w niniejszej sprawie powyższe przesłanki do wydania ww. postanowienia zostały spełnione.

Pilny charakter środków tymczasowych należy oceniać w odniesieniu do potrzeby ochrony praw i wolności osób, których dane dotyczą. Negatywne skutki dla osób, których dane dotyczą, oraz ich podstawowych praw i wolności są w niniejszej sprawie bardzo znaczne.

W kwestionowanych reklamach wyświetlanych przez Spółkę na portalu społecznościowym F. udostępniane są bowiem dane osobowe Skarżącego w zakresie jego imienia, nazwiska i wizerunku oraz nieprawdziwych informacji na jego temat, z których wynika jakoby proponował on odbiorcom reklam inwestycje gwarantujące pomnożenie ich majątku i pewny szybki wysoki zysk oraz niezależność finansową, mogące się ziścić dzięki obejrzeniu reklam do końca i postąpieniu zgodnie z podanymi w nich wytycznymi.

Nie budzi wątpliwości, iż ww. informacje o Skarżącym stanowią jego dane osobowe w rozumieniu art. 4 pkt 1 RODO, stosownie do którego dane osobowe oznaczają wszelkie informacje o zidentyfikowanej lub możliwej do zidentyfikowania osobie fizycznej ("osobie, której dane dotyczą"), zaś możliwa do zidentyfikowania osoba fizyczna to osoba, którą można bezpośrednio lub pośrednio zidentyfikować, w szczególności na podstawie identyfikatora takiego jak imię i nazwisko.

W kwestionowanych reklamach wyświetlanych przez Spółkę w reklamach na portalu społecznościowym F. Skarżący jest bowiem osobą zidentyfikowaną z imienia i nazwiska. Ponadto reklamy wskazują na osiągnięcia Skarżącego i prowadzoną przez niego działalność gospodarczą, które dodatkowo umożliwiają jego zidentyfikowanie.

Co więcej, Skarżący jest osobą powszechnie znaną, jest polskim przedsiębiorcą, menedżerem, inwestorem, filantropem, założycielem i prezesem I., w ramach której zorganizował w Polsce sieć samoobsługowych paczkomatów. Ponadto Skarżący w 2022 roku założył R., której celem jest finansowe i mentorskie wspieranie młodych utalentowanych osób. Otrzymał szereg nagród i wyróżnień, jak m. in. w 2009 r. nagrodę Manager Roku za zasługi w kruszeniu monopolu P., czy w 2022 r. B. w kategorii „N.” (nagroda otrzymana wspólnie z żoną Panią B.K. za zaangażowanie w działalność filantropijną), a także odznaczenia w 2022 r. – K. (zob. [https://\[...\]](https://[...])).

Powołane treści zawarte w reklamach są nieprawdziwe, godzą w opinię innych osób o Skarżącym, podrywają zaufanie do niego jako człowieka, przedsiębiorcy, względnie ww. skutki takie wywołują wobec tej osoby fizycznej. Zauważyć bowiem należy, że Skarżący, w szczególności z racji ww. działalności gospodarczej, a także charytatywnej, jest osobą publiczną, powszechnie znaną i rozpoznawalną. Powołane reklamy wywołują zatem negatywną opinię o osobie Skarżącego, tudzież podważają zaufanie do niego niezbędne dla prowadzonej przez niego działalności gospodarczej oraz charytatywnej. Można zakładać, że powołane treści zawarte w reklamach nie pojawiłyby się, gdyby Skarżący nie był osobą publiczną, publicznie znaną, ponieważ informacje właśnie o takiej osobie cieszą się powszechnym zainteresowaniem i z powodu takich cech tej osoby, ta osoba fizyczna stała się celem ataku.

W reklamach zestawiane są prawdziwe i aktualne dane osobowe Skarżącego oraz dane dotyczące prowadzonej przez niego działalności gospodarczej z nieprawdziwymi informacjami, że Skarżący jest założycielem, wspiera i sprawuje kontrolę nad reklamowanymi platformami inwestycyjnymi. Wykorzystując nieprawdziwe dane osobowe, uzyskane niezgodnie z prawem, rozpowszechniane są fałszywe informacje, że platformy te są nowymi modelami biznesowymi Skarżącego, stworzonymi przez jego pracowników, rodzinę lub we współpracy z innymi znanymi przedsiębiorcami oraz że są narzędziami w pełni bezpiecznymi. To, co znamienne, w reklamach pojawiają się informacje, że Skarżący

jest na tyle znaną, profesjonalną i cieszącą się dużym zaufaniem społecznym osobą, że nie może to być oszustwo, ponieważ ręczy o legalności nowej platformy inwestycyjnej. W ten oto sposób reklamy silnie oddziałują na psychikę użytkowników wskazanych portali społecznościowych, stwarzając także złudne wrażenie, że nagranie jest skierowane bezpośrednio do nich, zapewniając, że jeśli nagranie się wyświetliło użytkownikowi, to został on wybrany do projektu i jego urządzenie ma możliwości techniczne, by brać udział w inwestycjach. Wykorzystując wizerunek i dane osobowe Skarżącego reklamodawcy próbują doprowadzić do podjęcia przez użytkowników portali impulsywnej decyzji, podkreślając, że po zamknięciu wpisu nie można będzie już skorzystać z zaproszenia do inwestowania, co jest oczywistą nieprawdą.

Rozpowszechnienie danych osobowych Skarżącego jest więc nakierowane na to, by wykorzystując jego zaufanie i pozycję społeczną, dotrzeć do grup najbardziej podatnych na tego typu oszustwa internetowe, takich jak w szczególności osoby młode niedoświadczone życiowo, osoby starsze, nieporadne, czy np. nie posiadające wystarczającej wiedzy ekonomicznej.

Powyższe treści prezentowane przez Spółkę, z uwagi na ich nieprawdziwość oraz potencjalne niebezpieczeństwo doprowadzenia przez nieograniczoną liczbę osób do niekorzystnych inwestycji finansowych i rozporządzenia majątkiem z narażeniem na straty finansowe, także w pełni uzasadniają pilną potrzebę podjęcia natychmiastowych działań przez Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych w interesie ochrony podstawowych praw i wolności osób, których dane dotyczą.

Co więcej treści te, pomimo że godzą w „S.” i „S.” określone przez Spółkę, nie zostały przez nią usunięte, podczas gdy zgodnie z preferowanymi standardami winna to zrobić. Jak bowiem deklaruje Spółka w ww. standardach, cyt.: „(...) Zgodnie z naszymi zasadami reklamy nie mogą promować produktów, usług, programów ani ofert przy użyciu oszukańczych lub wprowadzających w błąd praktyk, w tym praktyk, które mają wyłudzać od osób pieniądze lub dane osobowe (...)”, jak również cyt.: „(...) Reklamy nie mogą koordynować, organizować, promować lub dopuszczać określonych działań przestępczych lub szkodliwych, które wymierzone są w ludzi, firmy, mienie lub zwierzęta (...)”, czy też cyt.: „(...) Reklamodawcy promujący produkty i usługi finansowe muszą wykazać, że posiadają autoryzację przez odpowiednie organy regulacyjne, jeśli jest to wymagane. Każda taka autoryzacja może podlegać weryfikacji przez M. Reklamodawcy muszą również spełnić określone przez prawo wymagania dotyczące ujawniania informacji (...)”, a także cyt.: „(...) Egzekwujemy nasze zasady przy pomocy zautomatyzowanej i, w niektórych przypadkach, ręcznej weryfikacji. Poza weryfikacją poszczególnych reklam monitorujemy również i badamy zachowanie reklamodawcy i możemy nałożyć ograniczenia na jego konta, jeśli naruszają one nasze Standardy zamieszczania reklam, Standardy społeczności lub inne zasady i regulaminy firmy M. (...)”, (zob. [https://\[...\]](https://[...].)).

Ponadto Spółka zobowiązała się, cyt.: „(...) Chcemy zadbać o to, by treści wyświetlane na F. Wierzmy, że autentyczność tworzy lepsze warunki do udostępniania treści (...)”, a także cyt.: „(...) Zobowiązaliśmy się do tego, by zadbać o bezpieczeństwo na F. (...)”(zob. [...]).

Pomimo wskazanych deklaracji Spółki, nieprawdziwe informacje dotyczące Skarżącego nadal są wyświetlane na F., stąd niewątpliwie pilna reakcja organu

nadzorczego ds. ochrony danych osobowych w niniejszej sprawie jest w pełni uzasadniona i konieczna.

Ponadto w niniejszej sprawie zostało w pełni uprawdopodobnione, że poprzez kwestionowane przetwarzanie danych osobowych Skarżącego przez Spółkę, polegające na zamieszczaniu jego danych, w tym nieprawdziwych informacji dotyczących jego osoby w prezentowanych przez Spółkę reklamach na ww. portalach, dochodzi do naruszenia przez Spółkę przepisów o ochronie danych.

Spółka jest bowiem współadministratorem danych osobowych Skarżącego przetwarzanych w ww. sposób, w rozumieniu art. 26 RODO, stosownie do którego jeżeli co najmniej dwóch administratorów wspólnie ustala cele i sposoby przetwarzania, są oni współadministratorami, którzy w drodze wspólnych uzgodnień w przejrzysty sposób określają odpowiednie zakresy swojej odpowiedzialności dotyczącej wypełniania obowiązków wynikających z niniejszego rozporządzenia.

Jak wynika z regulacji prezentowanych przez Spółkę na portalu społecznościowym F., Spółka oraz użytkownik są współadministratorami danych zgodnie z artykułem 26 RODO w zakresie wspólnego przetwarzania danych określonego w Regulaminie danego produktu. Zakres Wspólnego przetwarzania danych obejmuje gromadzenie danych osobowych określonych przez Regulamin danego produktu oraz ich przekazywanie Spółce (por. [https://\[...\]](https://[...])).

Co więcej, jak wynika z ww. regulacji, cyt.: „(...) Reklamodawca tworzy reklamy do wyświetlania na F. i I. oraz w innych witrynach i aplikacjach mobilnych, a następnie przesyła je za pomocą naszych narzędzi zarządzania reklamami. Następnie F. wyświetla reklamę. Przy dobieraniu odpowiednich reklam do wyświetlenia uwzględniamy cel reklamodawcy, oczekiwaną grupę odbiorców i reklamę. Nie przekazujemy reklamodawcom informacji o Twojej tożsamości i nie sprzedajemy im Twoich danych (...)” (por. [https://\[...\]](https://[...])). Ponadto, zgodnie z twierdzeniami Spółki zawartymi w ww. serwisie, cyt.: „(...) Ochrona prywatności osób jest kluczowym elementem dla zaprojektowania naszego systemu reklam. W przypadku wyświetlania reklam w Produktach M. wyświetlamy użytkownikowi trafne i przydatne reklamy bez udostępniania reklamodawcom informacji na temat użytkownika. Nie sprzedajemy danych osobowych użytkownika ani nie udostępniamy reklamodawcom informacji, które umożliwiają bezpośrednią identyfikację użytkownika (takich jak imię i nazwisko, adres e-mail czy inne dane kontaktowe) bez wyraźnej zgody użytkownika. Pozwalamy reklamodawcom na przekazywanie nam takich informacji jak ich cel biznesowy oraz rodzaj grupy odbiorców, którym chcą wyświetlić reklamy (na przykład osoby w wieku 18-35 lat, które mieszkają blisko sklepu reklamodawcy w P.). Następnie wyświetlamy ich reklamę osobom, które naszym zdaniem mogą uznać ją za istotną (por. [https://\[...\]](https://[...])).

W razie wątpliwości co do współadministrowania przez Spółkę wraz z reklamodawcą ewentualnymi danymi osobowymi zawartymi w treści prezentowanych przez Spółkę reklam zasadne jest powołanie w tym miejscu wyroku Trybunału Sprawiedliwości z dnia 5 czerwca 2018 r. w sprawie C-210/16, tj. postępowaniu Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein przeciwko Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein GmbH, przy udziale: Facebook Ireland Ltd, Vertreter des Bundesinteresses beim Bundesverwaltungsgericht, w którym Trybunał uznał, że podmiot prowadzący fanpage na Facebooku współadministruje danymi osobowymi

razem ze Spółką, stwierdzając w szczególności cyt.: „(...) administrator fanpage'a prowadzonego na Facebooku, (...), uczestniczy, podejmując działania polegające na ustaleniu parametrów zależnych w szczególności od jego użytkowników docelowych, jak również od celów w zakresie zarządzania lub promocji jego działalności, w określeniu celów i sposobów przetwarzania danych osobowych osób odwiedzających jego fanpage'a. Z tego względu w niniejszym przypadku należy uznać, że ów administrator fanpage'a ponosi na poziomie Unii wspólną odpowiedzialność z Facebook Ireland za przetwarzanie danych w rozumieniu art. 2 lit. d) dyrektywy 95/46 (...)”.

Na Spółce zatem, jako współadministratorze danych osobowych Skarżącego, spoczywa obowiązek przetwarzania jego danych osobowych z zachowaniem przesłanek legalizujących wymienionych w art. 6 ust. 1 RODO, a ponadto z zachowaniem zasad przetwarzania danych wynikających z art. 5 ust. 1 RODO, jak w szczególności zasady zgodności z prawem, rzetelności i przejrzystości (art. 5 ust. 1 lit. a RODO), a także zasady prawidłowości (art. 5 ust. 1 lit. d RODO). Ponadto Spółka, stosownie do art. 5 ust. 2 RODO, musi być w stanie wykazać przestrzeganie przepisów RODO w procesie przetwarzania danych osobowych Skarżącego.

Upublicznianie zatem przez Spółkę danych osobowych Skarżącego, w tym nieprawdziwych informacji na jego temat, w treściach reklamowych prezentowanych przez Spółkę, w sposób umożliwiający zapoznanie się nimi nieograniczonemu kręgowi innych osób/podmiotów, może zatem skutkować naruszeniem przez Spółkę z art. 5 ust. 1 RODO i art. 6 ust. 1 RODO, co zostało wykazane powyżej poprzez wskazanie sposobu udostępniania danych Skarżącego przez Spółkę, jak i charakteru tego udostępniania, dodatkowo stojącego z sprzeczności z regulacjami Spółki dotyczącymi korzystania z jej usług zawartymi na portalu społecznościowym F.

Upublicznianie przez Spółkę ww. danych osobowych Skarżącego, w tym opisanych nieprawdziwych informacji na jego temat, ww. treściach reklamowych narusza art. 1 Karty praw podstawowych Unii Europejskiej, który stanowi, że godność człowieka jest nienaruszalna. Musi być szanowana i chroniona.

Tym samym w sprawie zostało uprawdopodobnione, że przetwarzanie danych osobowych Skarżącego przez Spółkę może naruszać przepisy o ochronie danych osobowych, wskutek czego pierwsza z przesłanek do zastosowania w sprawie środka tymczasowego z art. 70 ust. 1 ustawy o ochronie danych osobowych, została spełniona.

W sprawie zachodzi również druga przesłanka do wydania ww. postanowienia w postaci uprawdopodobnienia zagrożenia spowodowania poważnych i trudnych do usunięcia skutków.

Z uwagi bowiem na rozpowszechnianie przez Spółkę nieprawdziwych informacji o formach inwestowania rzekomo będącymi nowymi modelami biznesowymi Skarżącego, treści upubliczniane przez Spółkę w ww. reklamach na portalu społecznościowym F. i I., mogą wywołać dotkliwe skutki finansowe u innych osób, użytkowników ww. portali, poprzez niekorzystne rozporządzenie swoimi środkami pieniężnymi.

Zauważyć przy tym należy, że sposób promowania rzekomych narzędzi do inwestowania, zwłaszcza gdy weźmie się pod uwagę rozpowszechnianie danych osobowych Skarżącego oraz jego rzekome zapewnienia o osiągnięciu wysokiego zysku z inwestycji (np. obietnica [...] euro dziennie, [...] tysięcy złotych tygodniowo), rodzi

podejrzanie, że za pomocą tej platformy może dochodzić do oszustw finansowych, na szkodę osób, do których omawiane treści kierowane były za pośrednictwem ww. portali.

W związku z powyższym w sprawie może dojść do powstania nieusuwalnego skutku w postaci dalszego przetwarzania nieprawdziwych informacji dotyczących Skarżącego przez inne podmioty i dalszego szerzenia dezinformacji na temat Skarżącego w polskim społeczeństwie skutkującego utratą zaufania do niego jako przedsiębiorcy i filantropa, jak również w postaci dotkliwych skutków finansowych u innych osób, użytkowników ww. portali, podatnych na wyświetlane treści, którymi mogą być zarówno osoby młode niedoświadczone życiowo, osoby starsze, nieporadne, czy np. nie posiadające wystarczającej wiedzy ekonomicznej.

Zakazanie zatem Spółce w niniejszym trybie udostępniania ww. danych osobowych Skarżącego, zawartych w reklamach wyświetlanych na portalu społecznościowym F. i I. na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej przez okres trzech miesięcy od dnia doręczenia niniejszego postanowienia Spółce, jest w pełni uzasadnione i konieczne.

Późniejsza decyzja organu wiodącego w sprawie nie usunie negatywnych skutków nieuprawnionego przetwarzania danych osobowych przez inne podmioty, szczególnie w odniesieniu do skutków dla praw osób, na co wskazano powyżej.

Uzasadnia to w pełni zastosowanie mechanizmu ochrony z art. 70 ust. 1 ustawy o ochronie danych osobowych w związku z art. 66 ust. 1 RODO.

W tym stanie faktycznym i prawnym, Prezes Urzędu Ochrony Danych Osobowych rozstrzygnął, jak w sentencji.

Prezes Urzędu
Ochrony Danych Osobowych
Miroslaw Wróblewski

Postanowienie niniejsze jest ostateczne. Na podstawie art. 70 ust. 3 ustawy z dnia 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2019 r. poz. 1781) od niniejszego postanowienia stronie przysługuje prawo wniesienia skargi do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie, w terminie 30 dni od dnia doręczenia niniejszego postanowienia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych (adres: Urząd Ochrony Danych Osobowych, ul. Stawki 2, 00-193 Warszawa). Wpis od skargi wynosi 200 złotych. Strona ma prawo ubiegania się o prawo pomocy, w tym zwolnienie od kosztów sądowych.