



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
DANYCH OSOBOWYCH**

Mirosław Wróblewski

Warszawa, 5 sierpnia 2024 r.

DS.523.4486.2024

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 Pani B.K. zam. w W., na nieprawidłowości w procesie przetwarzania jej danych osobowych przez M. polegające na udostępnianiu jej danych osobowych, w tym nieprawdziwych informacji na jej 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 Pani B.K. 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 Pani B.K. zam. w W., zwanej dalej Skarżącą, na nieprawidłowości w procesie przetwarzania jej danych osobowych przez M., zwaną dalej Spółką, polegające na udostępnianiu jej danych osobowych, w tym nieprawdziwych informacji na jej 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 Skarżąca podniosła, że Spółka naruszyła jej dane osobowe poprzez publikowanie w ww. serwisach społecznościowych – bez jej zgody oraz bez jakiegokolwiek

innej podstawy prawnej przetwarzania danych osobowych – jej wizerunku, imienia i nazwiska oraz nieprawdziwych informacji o Skarżącej zawartych w reklamach wyświetlanych w tych serwisach. Skarżąca zarzuciła ponadto, że Spółka publikuje na ww. portalach jej wizerunek, w tym wizerunek bezprawnie zmodyfikowany, bez dokonania wymaganej oceny wiarygodności źródła pochodzenia materiałów oraz bez zastosowania odpowiedniego trybu weryfikacji prawdziwości pozyskanych danych osobowych (nagrania), co naruszyło jej podstawowe prawa i wolności oraz naraziło na utratę zaufania do prowadzonej przez nią działalności, w tym działalności charytatywnej. Dalej **Skarżąca wskazała, że reklamy te rozpowszechniały jej dane osobowe, w tym jej wizerunek oraz imię i nazwisko, w zestawieniu z oczywiście nieprawdziwymi informacjami na temat jej rzekomej śmierci, jej rzekomego pobicia przez męża oraz rzekomego zatrzymania przez policję. Skarżąca podała również, że do dnia złożenia niniejszej skargi wykryła aż 263 reklamy (które wielokrotnie liczyły od 2 do 6 wersji) i liczba ta stale rośnie, gdyż codziennie napływają do niej sygnały od użytkowników ww. portali, znajomych i rodziny, że na portalach tych wyświetliła im się reklama z jej udziałem. Tego rodzaju informacje silnie oddziałują na jej poczucie bezpieczeństwa, jej godności, prywatności, a także wpływają negatywnie na stan emocjonalny osób jej bliskich oraz znajomych, którzy reagują na tak doniosłe informację na temat Skarżącej.**

Skarżąca podniosła również, że podejmowała działania wobec Spółki, przesyłając w dniu [...] lipca 2024 roku wezwanie do usunięcia reklam i materiałów sponsorowanych oraz zaprzestania wyświetlania reklam, które wykorzystują wizerunek Skarżącej.

Na dowód zaistniałego naruszenia przepisów ochrony danych osobowych Skarżąca przedłożyła wydruk reklamy wyświetlanej na profilu „S.”, dostępnej pod adresem: [...], wydruk reklam wyświetlanych na profilu „O.”, dostępnej pod adresami: [...] oraz [...], wydruk reklam wyświetlanych na profilu „T.”, wydruk reklamy wyświetlanej na profilu „H.”, wydruk reklam wyświetlanych na profilu „M.”, wydruk reklam wyświetlanych na profilu „V.”, wydruk reklam wyświetlanych na profilu „H.”, wydruk reklam wyświetlanych na profilu „Y.”, wydruk reklam wyświetlanych na profilu „G.”, wydruk reklam wyświetlanych na profilu „J.”; wydruk reklamy wyświetlanej na profilu „B.”, wydruk reklam wyświetlanych na profilu „R.”, wydruk reklam wyświetlanych na profilu „S.”, wydruk reklam wyświetlanych na profilu „M.”, wydruk reklam wyświetlanych na profilu „M.”, wydruk reklam wyświetlanych na profilu „N.”, wydruk reklam wyświetlanych na profilu „A.”, wydruk reklam wyświetlanych na profilu „M.”, wydruk reklam wyświetlanych na profilu „V.”, wydruk reklam wyświetlanych na profilu „L.”.

Wskazując na powyższe Skarżąca wniosła m. in. o nakazanie Spółce całkowitego ograniczenia przetwarzania, w tym zakazu przetwarzania danych osobowych Skarżącej w postaci emisji reklam z wizerunkiem oraz imieniem i nazwiskiem Skarżącej, zawierających nieprawdziwe informacje na temat Skarżącej (tzw. fake news), w tym w szczególności nieprawdziwych informacji dotyczących rzekomej śmierci Skarżącej, rzekomego pobicia Skarżącej przez męża oraz rzekomego zatrzymania Skarżącej przez policję, 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 Skarżącą do Spółki ww. wezwania z dnia [...] lipca 2024 r., dane osobowe Skarżącej nadal są udostępniane przez Spółkę w kwestionowany w skardze sposób. Dane te bowiem nadal figurują w reklamie dostępnej pod adresem [...].

Kwestionowane przez Skarżącą przetwarzanie jej 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, że siedziba Spółki znajduje się w Irlandii, właściwym do podejmowania działań w sprawie jako wiodący organ nadzorczy, względem tego transgranicznego przetwarzania danych Skarżącej, 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 Skarżącej w zakresie jej imienia i nazwiska oraz nieprawdziwych informacji na jej temat tzw. fake news'ów, z których wynika jakoby została aresztowana, łamała prawo, a także była bita przez swojego męża, a co najgorsze, wyświetlane są w nich informacje o jej rzekomej śmierci.

Nie budzi wątpliwości, iż ww. informacje o Skarżącej stanowią jej 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 fake news'ach wyświetlanych przez Spółkę w reklamach na portalu społecznościowym F. Skarżąca jest bowiem osobą zidentyfikowaną z imienia i nazwiska.

Skarżąca jest osobą powszechnie znaną, jest polską dziennikarką i prezenterką telewizyjną (T.), przedsiębiorczynią, filantropką i inwestorką. Jest właścicielką fundacji O., której jest prezeską, a także jest wiceprezeską R. W 2022 roku zorganizowała z Panem J. C. W. „T.". W lutym 2023 roku stworzyła fundację artystyczną O., która sprawuje pieczęć nad wszystkimi projektami artystycznymi realizowanymi przez O. i R., stanowi też punkt wyjścia do działań filantropijnych. W 2023 r. otrzymała K. za wybitne zasługi w działalności filantropijnej i charytatywnej (por. [https://\[...\]](https://[...].)).

Powołane treści są nieprawdziwe, naruszają cześć i godność Skarżącej, pomawiają ją bowiem o postępowanie lub właściwości, które są sprzeczne z prawem, wskutek których rzekomo została aresztowana.

Ponadto powołane treści godzą w opinię innych osób o Skarżącej, podrywają ich zaufanie do niej jako osoby publicznej, względnie ww. skutki mogą wywołać. Zauważyć bowiem należy, iż Skarżąca z racji ww. działalności charytatywnej jest osobą powszechnie znaną, rozpoznawalną i cenioną. Powołane reklamy mogą zatem wywołać negatywną opinię o osobie Skarżącej, czy podważyć zaufanie do niej. Można zakładać, że powołane reklamy nie pojawiłyby się, gdyby Skarżąca nie była osobą publiczną, publicznie znaną, ponieważ informacje właśnie o takiej osobie cieszą się powszechnym zainteresowaniem i z powodu takich cech tej osoby stała się ona celem ataku.

Nadto treści te zawierają wyjątkowo drastyczne informacje o pobiciu i śmierci Skarżącej, jak i spreparowane zdjęcia jej wizerunku wskutek rzekomego pobicia przez męża.

Powyższe, z uwagi na nieprawdziwość oraz na wyjątkową dotkliwość i drastyczność prezentowanych przez Spółkę treści, opisaną powyżej, w pełni

uzasadniają pilną potrzebę podjęcia natychmiastowych działań przez Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych – organ nadzorczy w zakresie danych osobowych – w celu ochrony podstawowych praw i wolności osób, których dane dotyczą.

Co więcej treści te, pomimo, że godzą w „S.” określone przez Spółkę, a których reklamodawcy emitujący reklamy w technologiach Spółki muszą przestrzegać (zob. [\).](https://[...]) nie zostały przez nią usunięte, podczas gdy zgodnie z preferowanymi standardami winna to zrobić. Jak bowiem deklaruje Spółka w ww. standardach społeczności, cyt.: „(...) Chcemy zadbać o to, by treści wyświetlane na F. były autentyczne. Wierzymy, że autentyczność tworzy lepsze warunki do udostępniania treści (...)”, a także cyt.: „(...) Zobowiązaliśmy się do tego, by zadbać o bezpieczeństwo na F. Usuwamy treści, które mogą przyczynić się do powstania ryzyka uszczerbku na bezpieczeństwie fizycznym osób. Treści zawierające groźby mogą zastraszać, wykluczać lub uciszać, dlatego nie są dozwolone na F. (...)”, jak również cyt.: „(...) Jesteśmy przekonani, że wszyscy ludzie są równi pod względem godności i praw. Oczekujemy od użytkowników poszanowania innych osób oraz powstrzymania się od atakowania lub poniżania innych (...)”(zob. <a href=)

Pomimo wskazanych deklaracji Spółki, nieprawdziwe informacje dotyczące Skarżącej, niezwykle drastyczne i dotkliwe nadal są wyświetlane na F., stąd pilna reakcja organu nadzorczego, jest w tej sprawie w pełni uzasadniona.

Ponadto w niniejszej sprawie zostało w pełni uprawdopodobnione, że poprzez kwestionowane przetwarzanie danych osobowych Skarżącej przez Spółkę, polegające na zamieszczaniu jej danych, w tym nieprawdziwych informacji jej dotyczących w prezentowanych przez Spółkę reklamach na ww. portalu, możliwe jest naruszenie przez Spółkę przepisów o ochronie danych.

Spółka jest bowiem współadministratorem danych osobowych Skarżącej 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. [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. \[...\]\). Ponadto, zgodnie z twierdzeniami Spółki zawartymi w ww. serwisie, cyt.: „\(...\) Ochrona prywatności osób jest kluczowym elementem dla zaprojektowania naszego](https://[...]).</p></div><div data-bbox=)

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 Skarżącej, spoczywa obowiązek przetwarzania jej 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 Skarżącej.

Upublicznianie zatem przez Spółkę danych osobowych Skarżącej, w tym nieprawdziwych informacji na jej temat, w treściach reklamowych prezentowanych przez Spółkę, w sposób umożliwiający zapoznanie się z 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 Skarżącej przez Spółkę, jak i charakteru tego udostępniania, dodatkowo stojącego z sprzeczności z regulacjami Spółki dotyczącymi korzystania z jej usług zawartymi na portalu społecznościowym F.

Jednakowoż **upublicznianie przez Spółkę danych osobowych Skarżącej, w tym opisanych nieprawdziwych informacji na jej temat, ww. treściach reklamowych narusza art. 1 Karty praw podstawowych Unii Europejskiej, który stanowi, że**

godność człowieka jest nienaruszalna. Musi być szanowana i chroniona, a także poprzez umożliwienie dostępu do nich ogółu społeczeństwa narusza zagwarantowane w art. 7 Karty praw podstawowych UE prawo podstawowe zainteresowanej do poszanowania życia prywatnego i rodzinnego.

Tym samym w sprawie zostało uprawdopodobnione, że przetwarzanie danych osobowych Skarżącej przez Spółkę narusza 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 śmierci Skarżącej i stosowanej wobec niej przemocy domowej, treści upubliczniane przez Spółkę w ww. reklamach na portalu społecznościowym F., mogą wywołać niezwykle dotkliwe skutki w sferze życia i zdrowia, w tym psychicznego, i to nie tylko Skarżącej, ale i również innych osób.

Choć negatywne skutki mogą dotyczyć potencjalnie wszystkich użytkowników, to w szczególności należy wskazać na wiele osób, których dane dotyczą, wymagających szczególnej ochrony przy korzystaniu z usług Spółki, takich jak osoby młode, osoby starsze, czy osoby z niepełnosprawnością poznawczą. Fałszywe informacje, zwłaszcza dotyczące rzekomej śmierci Skarżącej, a także zawierające specjalnie zmieniony wizerunek Skarżącej jako ofiary rzekomego pobicia, mogą obciążać delikatną psychikę młodych osób i być niebezpieczne dla ich. Takie informacje mogą być także szokujące np. w szczególności dla osób starszych, gdyż mogą się okazać zbyt dużym przeżyciem dla nich.

W sprawie może dojść do powstania nieusuwalnego skutku w postaci dalszego przetwarzania nieprawdziwych informacji dotyczących Skarżącej przez inne podmioty i dalszego szerzenia dezinformacji na temat Skarżącej w polskim społeczeństwie.

Zakazanie zatem Spółce w trybie pilnym udostępniania ww. danych osobowych Skarżącej, zawartych w reklamach wyświetlanych na portalach społecznościowych 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 w sferze psychicznej 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.