

欧洲数据同意弹出窗口的新规则挑战出版商和广告商的隐私政策

Marty Swant （福布斯员工）

比利时官员发现一家顶级广告交易组织违反了欧盟数据隐私法——这一裁决可能在欧洲和美国产生连锁反应。

比利时数据保护局宣布，欧洲互动广告局关于出版商如何获得同意以收集和使用个人数据的框架不符合欧盟隐私法规。今天发布的这项裁决可能会影响整个欧洲大陆及其他地区的数千家企业。

普通人可能没有听说过 IAB Europe 或其美国对应机构 IAB。然而，人们可能更熟悉周三的裁决所关注的问题：互联网上无处不在的弹出窗口，要求获得用户许可收集和用于广告和其他目的的数据。辩论围绕着 IAB 欧洲透明度和同意框架，或 TCF。该工具旨在帮助出版商和广告商遵守欧盟的通用数据保护条例 (GDPR)，该条例于 2018 年推出，旨在为欧盟公民提供额外的隐私保护。

作为裁决的一部分，DPA 已对 IAB Europe 处以 250,000 欧元的罚款，并给予其两个月的时间做出修改计划和六个月的时间来实施。DPA 还命令 IAB Europe 永久删除 TCF 当前系统使用的数据，“不得无故拖延”。这可能会影响很多出版商、广告技术公司和广告商使用的数据，包括谷歌和亚马逊等巨头。根据 GDPR 的“一站式机制”，该裁决可立即在整个欧盟具有强制性。

在许多方面，IAB Europe 的同意系统在某种程度上关系到发布商和广告商如何从欧洲人那里收集在线数据并将其用于广告定位。当一个人向网站提供他们是否希望被在线跟踪的偏好设置时，TCF 使用代码向广告合作伙伴发出信号，告诉广告合作伙伴该人选择了哪种偏好。然后，该框架的合作伙伴 BETA 将这些选择偏好信息用于称为实时竞价的自动广告拍卖，营销人员可以根据大量的可用信息和标准购买广告。

比利时监管机构表示，IAB Europe 以多种方式违反了 GDPR 法律，包括“未能根据法律依据”来处理数据、不恰当地请求同意来收集数据、未能正确保护数据、未充分保护数据以及未对提供数据收集和使用方式保持透明。在关于该裁决的声明中，比利时 DPA 诉讼庭主席 Hielke Hijmans 表示，IAB Europe 当前版本的 TCF “与 GDPR 不兼容，因为它本质性的违反了公平和合法性原则。”