

DATA POLICY FOR ANNONSEKAMPANJER PÅ TV 2

BAKGRUNN

Formål og omfang

Denne data policyen fastsetter vilkår for behandling av data i forbindelse med annonsekampanjer som leveres på publisist tjenesten.

Andre avtaler

Dersom det er inngått skriftlig avtale med TV 2 i forbindelse med annonsekampanjer som leveres publiseres på en TV 2- tjeneste, utgjøre Datapolicyen en integrert del av denne avtalen. Ved motstrid mellom Datapolicyen og den skriftlige avtalen, skal den skriftlige avtalen ha forrang.

DEFINISJONER

Annonsør:

En virksomhet eller person som reklamerer for et produkt, tjeneste eller annet..

Data:

All informasjon som samles inn eller behandles på TV 2s tjeneste ved levering eller måling av annonser (uavhengig om informasjonen er personopplysninger). Dette inkluderer, men er ikke begrenset til, brukerinformatjon (slik som enhets-ID, nettlesertype, OS-type, IP-adresse og informasjonskapsler), informasjon om leveransen av en annonse (for eksempel antall visninger og leserklikk) og/eller informasjon lagret på en brukers utstyr ved hjelp av informasjonskapsler (cookies) og tilsvarende teknologier.

E-komloven:

Lov om elektronisk kommunikasjon, Lov 2003.07-0483

GDPR:

EUROPAPARLAMENTS- OG RÅDSFORORDNING (EU) 2016/679 av 27. april 2016 om vern av fysiske personer i forbindelse med behandling av personopplysninger og om fri utveksling av slike opplysninger samt om oppheving av direktiv 95/46/EF (generell personvernforordning).

Gjeldende Lovgivning: Aktuell lover og regler, for eksempel Personopplysningsloven, Ekomloven og GDPR.

Godkjente og forbudte formål

Godkjente formål

Annonseutvelgelse, levering, rapportering: Innhenting av Data, og kombinerende av Data med tidligere innhentede opplysninger, valg og levering av annonser for brukere og måling av leveransen, effektiviteten og tilgjengeliggjøre aggregert og anonymisert informasjon om målgrupper ved bruk av informasjon fra paneler. Dette omfatter bruk av tidligere innhentede opplysninger om brukernes interesser for å velge annonser, bruk av Data i forbindelse med utvelgelse av annonser basert på omtrentlig geografisk lokasjon, behandling av Data om hvilke annonser som ble vist, hvor ofte de ble vist, når og hvor de ble vist, og om brukeren foretok noen handlinger knyttet til annonsen, f.eks. ved å klikke på en annonsen eller å foreta et kjøp.

For å sørge for sikkerhet og forhindre annonsesvindel er det tillatt å bruke innsamlet Data, inkludert automatisk mottatt Data (f. eks. "user agent data"), presis posisjonsdata eller aktivt skanne etter data fra Publisisten (f. eks. skjermoppløsning), ytterligere beskrevet under TCF2.0 Spesialformål 1).

IAB TCF 2.0 Formål 2,4,7,9 funksjon 1 (i kombinasjon med Formål 4) og Spesialformål 1,2 tilsvarer Godkjente formål som beskrevet ovenfor.

Forbudte formål

Forsøke å reidentifisere eller koble sammen ulike enheter, nettlesere eller apper ved å bruke automatisk mottatt Data (f.eks "user agent data"), eller ved aktivt skanne etter annen Data fra Publisisten (f.eks skjermoppløsning), for å avgjøre at to eller flere enheter, nettlesere eller apper tilhører samme person eller husholdning, med sansynlighetsberegning ("probabilistic methods"). Samle eller bruke presis posisjonsdata, det vil si med nøykatighet anslått med radius på 500m eller mindre. Samle og/eller bruke Data som stammer fra Publisisten for å bygge og/eller berike annonseprofiler som brukes for å velge hvilke annonser en bruker skal se.

IAB TCF 2.0 Formål 3, 5 og Funksjon 2, 3 og Spesialfunksjon 1, 2 svarer til de ikke-tillatte formålene beskrevet over.

Leverandør:

Et selskap som leverer verktøy og løsninger til annonsører eller mediebyrå som muliggjør eller støtter annonsekampanjer på kjøres på en publisist tjeneste.

Mediebyrå:

et selskap som operer på vegne av annonsører i forbindelse med annonsekampanjer.

Publisist: TV 2 AS.

Publisist tjeneste: Enhver digital tjeneste som TV 2 eier eller selger annonseplass på.

Selskap: Annonsør og/eller mediabyrå

GENERELT

Roller og ansvar

Publisisten og selskapene er ansvarlig for å overholde sine respektive forpliktelser i henhold til gjeldende lovgivning. I forbindelse med behandling av data under denne datapolicyen, opererer ikke annonsøren eller mediebyrået som en databehandler for, eller som en felles behandlingsansvarlig med publisisten. Annonsøren og mediebyrået skal respektere denne datapolicyen og sikre at deres behandling av data er i tråd med gjeldende lovgivning (herunder ved å sikre at de har tilstrekkelig behandlingsgrunnlag for behandlingen, samt gi informasjon til de registrerte).

Formålsbegrensning

Annonsøren og mediebyrået skal kun behandle data for godkjente formål. Dataene skal ikke behandles for forbudte formål eller noen andre formål enn de som er positivt opplistet som godkjente formål i tabellen over. Annonsøren og mediebyrået må sikre separat behandlingsgrunnlag dersom de skal bruke tidligere innhentet informasjon fra kilder andre enn publisist tjenesten, samt dersom de kombinerer slik informasjon med data fra publisist tjenesten.

Scripts

For å sikre etterlevelse av gjeldende lovgivning samt denne datapolicyen, kan publisisten overvåke og begrense bruken av scripts og andre verktøy som brukes på publisisttjenesten. Slike restriksjoner kan påvirke leveringen og målingen av annonsene. Annonsøren og mediebyrået skal respektere slike restriksjoner.

Samarbeid

Innen rammene av denne data policyen, skal publisisten og selskapene assistere, samarbeide og gi informasjon til hverandre i den utstrekning det rimelig kan kreves for å oppfylle gjeldende lovgivning. Eksempel på dette vil være imøtekomme de registrertes rettigheter samt gi informasjon om personvernet.

Personopplysninger

I forbindelse med annonsekampanjene skal publisisten og selskapene ikke dele eller gi tilgang til opplysninger som kan bidra til at brukere blir identifisert (f.eks. ved henvisning til deres navn eller e-postadresse). Det skal heller ikke deles eller gis tilgang til personopplysninger om barn eller spesielle kategorier av personopplysninger (sensitive data) med mindre dette er gitt uttrykkelig samtykke til, og det er tillatt etter gjeldende lovgivning.

PUBLISISTENS PLIKTER

Scripts

Publisisten skal gjøre det som med rimelighet kan forventes for å informere mediebyrå og annonsører om hvilke restriksjoner og begrensninger som pålegges for bruk av scripts eller andre verktøy på publisisttjenesten. Eventuelle nye begrensninger skal varsles med 14 dagers varsel før implementering. Hvis et mediebyrå og/eller annonsør er avhengig av et script eller annet verktøy i en annonse som er forbudt etter en slik begrensning, skal den ha rett til å avslutte en slik kampanje med skriftlig varsel til Publisisten før slik implementering iverksettes.

Cookies

På publisisttjenesten vil publisisten overholde e-komloven, herunder plikten til å informere om bruken av cookies (som vil inneholde informasjon om de godkjente formålene).

Informasjon om personvern

Publisisten skal informere sine brukere om annonsørens behandling av data til de godkjente formålene.

Orientering om avtaler

Hensyntatt konfidensialitetsplikt, skal publisisten gjøre det som med rimelighet kan forventes for å informere mediebyråene om relevant vilkår og betingelser i eller for avtaler mellom publisisten og annonsøren, for de tilfeller der mediebyrået handler på vegne av annonsøren.

Hensyntatt konfidensialitetsplikt, skal publisisten også gjøre det som med rimelighet kan forventes for å informere mediebyråene om vilkår og betingelser i avtaler med Leverandører.

Verktøy

Publisisten skal gjøre det som med rimelighet kan forventes for å kartlegge Leverandørens evne til å operere innenfor gjeldende lovgivning og disse retningslinjene, samt inngå nødvendige avtaler hvor dette hensyntas med vedkommende selskap. Publisisten kan etter eget skjønn nekte bruk av spesifikke leverandører.

ANNONSØRENS PLIKTER

Orientering

Før annonser leveres og måles, samt før en leverandør benyttes, skal annonsøren orientere publisisten om identiteten til den behandlingsansvarlige annonsøren eller leverandøren. Annonsøren skal sørge for at mediebyrået og leverandøren er gjort kjent med disse retningslinjene.

MEDIEBYRÅETS PLIKTER

Orientering

Før annonser leveres og måles på vegne av annonsøren, samt før en leverandør benyttes, skal mediebyrået orientere publisisten om identiteten til den behandlingsansvarlige annonsøren eller leverandøren.

Mediebyrået skal gjøre det som med rimelighet kan forventes for å introdusere publisisten til den enkelte annonsør eller leverandør for å legge til rette for at publisisten kan inngå avtale med vedkommende selskap om publisisten ønsker det. Mediebyrået skal som et minimum sørge for at annonsøren og leverandøren har blitt gjort kjent med disse retningslinjene.

Undersøkelsesplikt

Mediebyrået skal gjøre det som med rimelighet kan forventes, for å gjøre seg kjent med relevante vilkår i eventuelle avtaler publisisten har inngått med annonsører som mediebyrået opptrer på vegne av, samt avtaler mellom publisisten og Leverandører. Mediebyrået skal avstå fra, på egne eller andres vegne, å bruke data i strid med slike avtaler.

ANNONSØREN OG MEDIEBYRÅETS PLIKTER

Datasikkerhet

Et selskap skal ha egnede tekniske og organisatoriske sikkerhetstiltak for å beskytte dataene mot utilsiktet eller ulovlig ødeleggelse eller upåregnelig tap, endring, uautorisert utlevering eller innsyn. Selskapet skal begrense innsyn i dataene til ansatte med saklig behov ("need-to-know") og skal sørge for at disse er underlagt egnet taushetsplikt.

Datasikkerhetsbrudd

Hvis det oppstår et sikkerhetsbrudd som gjelder dataene, skal selskapet uten ugrunnet opphold melde fra til publisisten, slik at de involverte partene kan reagere og håndtere eventuelle risikoer for de registrerte på en tilfredsstillende måte. Partene skal samarbeide med hensyn til eventuelle krav om melding til Datatilsynet.

Annonsør og mediebyrå kan ikke uten publisistens skriftlige forhåndsgodkjennelse, omtale eller referere til publisistens navn eller varemerke i en melding om brudd på personopplysningssikkerheten til det aktuelle datatilsynet eller til de berørte registrerte, med mindre det er strengt nødvendig for å oppfylle gjeldende lov og publisisten er behørig underrettet.

Dataoverføring

Et selskap kan bare overføre personopplysninger (som definert i GDPR) til et tredjeland eller en internasjonal organisasjon dersom betingelsene fastsatt i GDPR kapittel V er oppfylt og publisisten har blitt skriftlig informert på forhånd om overføringen. Selskapet vil være ansvarlig for lovligheten av slik overføring.

Utlevering

Et selskap kan bare utlevere eller gi tilgang til data til en tredjepart (f.eks. databehandlere eller måleselskaper) i den grad det er nødvendig for å oppfylle de tillatte formålene, og under forutsetning av at selskapet sørger for at tredjeparten kun behandler data innenfor rammene av disse retningslinjene.

SANKSJONER

Ekskludering

Dersom publisisten har rimelig grunn til å tro at et selskap opptrer i strid med disse retningslinjene, og misligholdet er vesentlig, eller misligholdet ikke er rettet til publistens tilfredsstillelse innen 14 dager fra publistens skriftlige varsel til selskapet, har publisisten rett til å stanse en kampanje midlertidig og/eller ekskludere selskapet fra å kjøre annonsekampanjer på publistens tjenester. Dette skal ikke anses som kontraktsbrudd fra publistens side av en eventuell avtale vedrørende slike annonsekampanjer, og det skal ikke fritta selskapet fra å oppfylle eventuelle andre avtaler med publisisten.

Endringer

Publisisten kan fra tid til annen endre disse retningslinjene. Endringer vil være bindende så snart de er lagt ut på publistens nettsted eller på annen måte er kommunisert til selskapet, eller – dersom endringene er vesentlige – 30 dager etter at varsel om endring er kommunisert, med mindre endringen må tre i kraft umiddelbart av hensyn til å oppfylle gjeldende lov. Et selskap har rett til å kansellere en annonsekampanje hvis den motsetter seg endringen i disse retningslinjene, forutsatt at publisisten gis skriftlig varsel om kansellering innen 14 dager fra endringen ble varslet eller på annen måte kommunisert.

Meldinger

Når det i disse retningslinjene står at en melding skal kommuniseres skriftlig, kan den også sendes pr. epost.