



TIETOSUOJAVALTUUTETUN
TOIMISTO

Ei-kaupallisen mainonnan ja suosittelevien järjestelmien avoimuuden valvonta

Tietosuojavaltuutetun toimisto

Ylitarkastaja Mika Pirttisalo

19.9.2024

Esityksen sisältö

Yleistä tietosuojavaltuutetun
digipalveluvalvonnasta



Digipalvelulainsäädännön
avoimuusvaatimukset



Poliittisen verkkomainonnan
avoimuusvaatimukset

Yleistä tietosuojavaltuutetun digipalveluvalvonnasta



Tietosuojavaltuutettu valvoo verkkoalustoja

1

Aatteellinen tai yhteiskunnallinen mainonta

2

Kohdennettu mainonta

3

Suosittelujärjestelmien avoimuus

4

Alaikäisten suojele verkossa

Digipalveluasetuksen artikkelit 26, 27 ja 28

Digipalveluasetus ja tietosuojalainsäädäntö

- Digipalveluasetus ei rajoita tietosuoja-asetuksen soveltamista
- Vastuun määrittämiseksi on keskeistä tunnistaa roolit henkilötietojen käsittelyssä
- Toimiiko verkkoalusta rekisterinpitäjänä vai henkilötietojen käsittelijänä?
 - Tapauskohtainen arviointi
- EDPB-ohje GDPR-DSA interplaystä Q2/2024 aikana



Tietosuojavaltuutetun alueellinen toimivalta

1

Verkkoalusta, jonka päätoimipaikka sijaitsee Suomessa

2

Verkkoalusta, jolla ei ole toimipaikkaa EU:ssa, mutta se on nimennyt laillisen edustajan Suomessa

3

Jos verkkoalustalla ei ole päätoimipaikkaa Suomessa eikä sillä ole laillista edustajaa EU-alueella, tietosuojavaltuutetulla on toimivalta valvoa artiklojen 26-28 noudattamista

Tietosuojavaltuutetun toimivalta ei rajoitu vain Suomessa sijaitsevien verkkoalustojen valvontaan

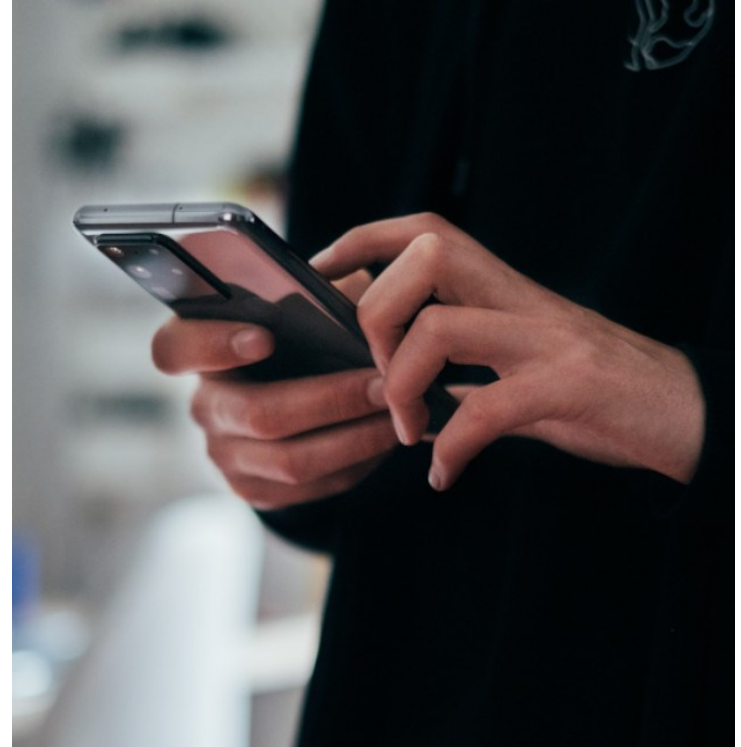


Digipalvelulainsäädännön avoimuusvaatimukset



Ei-kaupallinen mainonta

- Ei-kaupallinen eli ”aatteellinen tai yhteiskunnallinen” mainonta
- Mainoksen yhteydessä täytyy kertoa selkeästi:
 - 1) Tieto siitä, että kyseessä on mainos
 - 2) Kenen puolesta mainos esitetään
 - 3) Kuka on maksanut mainoksen (jos eri taho kuin se, kenen puolesta mainos esitetään)
- Osittain päällekkäinen tietosuojasetuksen informointivelvollisuuksien kanssa

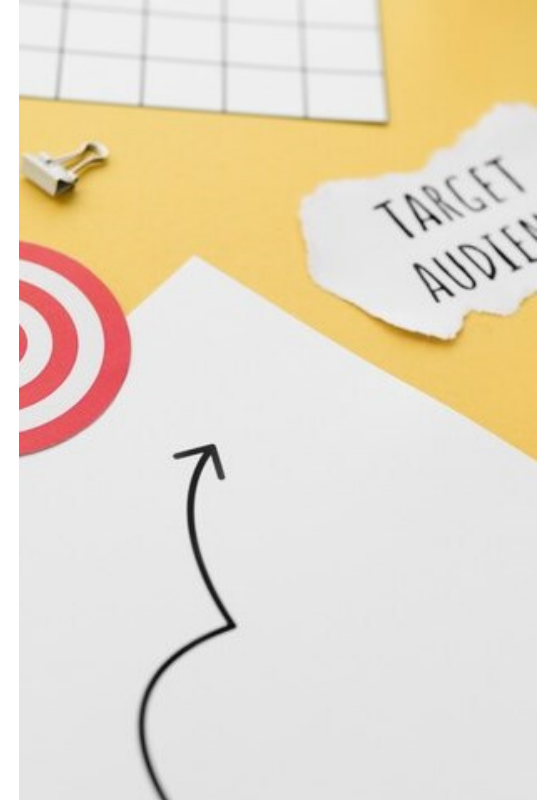


Kohdennettu mainonta: avoimuus ja kiellot

Verkkomainonnassa on kerrottava selkeästi, mitä parametrejä on käytetty, kun määritetään vastaanottaja, jolle mainos esitetään verkkorajapinnalla

Profilointiin perustuvassa mainonnassa on kiellettyä hyödyntää

- 1) Erityisiin henkilötietoryhmiin kuuluvia henkilötietoja
 - esim. poliittinen mielipide, etninen tausta, terveystiedot
- 2) Alaikäisen henkilötietoja, kun palvelun vastaanottaja on alaikäinen



Suosittelujärjestelmät

- Verkoalustan on esitettävä käyttöehdoissaan selkeästi ja ymmärrettävästi käyttämiensä suosittelujärjestelmien tärkeimmät parametrit
- Käytettäessä useita suosittelujärjestelmiä verkoalustan on tarjottava toiminto, jonka avulla palvelun vastaanottaja voi vaikuttaa käytettyihin parametreihin
 - Miksi palvelun vastaanottaja näkee tietynlaista sisältöä verkkorajapinnalla?
 - Käyttäjän valintamahdollisuuksien lisääminen suositellussa sisällössä



Poliittisen verkkomainonnan avoimuusvaatimukset



Asetus poliittisen mainonnan avoimuudesta ja kohdentamisesta (EU) 2024/900

- Pol.ads; Political Advertising Regulation ("PAR")
- Sovelletaan poliittiseen mainontaan, jota unionissa levitetään tai tuodaan julkisuuteen yhdessä tai useammassa jäsenvaltiossa
- Täydentävää sääntelyä digipalveluasetuksen avoimuusvaatimuksille
- Kansallinen täytäntöönpanolaki tekeillä - tietosuojavaltuutettu valvoo varmuudella asetuksen 22(1) artiklan nojalla poliittisen verkkomainonnan kohdentamista ja näyttämistä koskevia säännöksiä
 - Erityisvaatimukset (18 art.)
 - Avoimuusvaatimukset (19 art.)
- Asetusta sovelletaan 10.10.2025 alkaen.



Poliittisen verkkomainonnan avoimuusvaatimuksista

- Hyväksytyt ja julkiset toimintaperiaatteet poliittisen mainonnan kohdentamis- ja näyttämistekniikoista;
- Kirjanpito tekniikoiden käytöstä ja niissä käytetyistä mekanismeista ja parametreista;
- Lisätiedot käytettyjen tekniikoiden logiikasta ja keskeisistä parametreista yksityishenkilölle mainonnan yhteydessä:
 - Mainonnan vastaanottajaryhmät ja näiden määrittäminen
 - Tekniikoissa käytetyt henkilötietoryhmät
 - Kohdentamisen tavoitteet, mekanismit ja logiikka ml. Sisällyttämisen- ja poissulkemisparametrit ja syyt näiden parametrien valintaan
 - Tiedot tekoälyjärjestelmien käytöstä
 - Mainoksen levityksen ajanjakso ja levityksen laajuus yksityishenkilöiden määrässä
 - Linkki toimintaperiaatteisiin
- Sisäinen arviointi mainonnan riskeistä perusoikeuksille ja –vapauksille, joka asetetaan julkisesti saataville.

Kiitos!

www.tietosuoja.fi



TIETOSUOJAVALTUUTETUN
TOIMISTO