

## Verslag OPTA rondetafelbijeenkomst cookiewetgeving<sup>1</sup> i.s.m. DDMA en IAB.

Op 29 juni 2012 organiseerde OPTA in samenwerking met brancheorganisaties DDMA en IAB een stakeholderdiscussie over de gewijzigde Telecommunicatiewet ter implementatie van de E-Privacy Richtlijn, in het bijzonder de cookiebepaling. Deze is 5 juni jl. van kracht geworden. OPTA gaat deze regels handhaven. De regel is dat websites bezoekers moeten informeren en toestemming vragen alvorens zij een cookie of andere gegevens op de computer, laptop of mobiele telefoon plaatsen of uitlezen. Dit geldt niet voor cookies die noodzakelijk zijn voor de technische werking van de site. Bedrijven en websitebeheerders zijn zelf verantwoordelijk voor de wijze waarop zij praktische invulling geven aan de nieuwe cookiebepaling.

Evert Jan Hummelen, plaatsvervangend afdelingshoofd Consument, Nummers en Bestuur (CNB) van OPTA trapt de bijeenkomst af. In zijn welkomstwoord geeft hij aan een open en interactieve discussie voor te staan om zo elkaars visie op de wetgeving te bespreken en om gezamenlijke pijnpunten en problemen bij de implementatie te identificeren. Daarnaast was er gelegenheid voor uitgenodigde vertegenwoordigers van marktpartijen om hun vragen rechtstreeks aan OPTA te stellen.

### Quickscan door OPTA

Desmond de Haan, senior Legal Officer bij OPTA, start met een presentatie over de stand van zaken in de praktijk. Alhoewel de informatie- en toestemmingsverplichting bij het plaatsen van cookies al op 5 juni in werking traden, voldoen nog maar weinig websites aan de wettelijke vereisten. OPTA deed een quickscan bij de top 25 websites van het STIR internetbereiksonderzoek. Enkele resultaten:

- De top 25 websites plaatsen als je deze aansluitend bezoekt in één browsersessie 298 cookies (als je de cookies optelt die geplaatst worden in individuele sessies, dan kan dit aantal oplopen tot 556 cookies).
- Zes van de 25 sites informeren de gebruiker actief dat zij cookies plaatsen met een zichtbare banner/layer etc.
- Één website vraagt toestemming voor het plaatsen van cookies.

OPTA ziet dat de sector in beweging is en dat er initiatief wordt genomen, maar dat de modellen om te informeren en toestemming te vragen langzaam tot stand komen. Ook lijken de ontwikkelingen op de mobiele platformen achter te blijven. Veel organisaties willen eerst weten wat er precies van hen verwacht wordt, voor zij investeren in het aanpassen van systemen.

### OPTA over de informatieplicht

OPTA geeft uitleg over de cookiebepaling. Een webbezoeker moet weten waar hij aan toe is. Om wettelijke toestemming te verkrijgen moet een webbezoeker allereerst geïnformeerd worden. OPTA geeft aan dat:

- De informatie over het plaatsen van cookies op een zichtbare plek op de website moet staan, met een begrijpelijke uitleg waarom je het cookie plaatst en welke informatie met welk doel wordt verzameld.
- Informeren niet kan door een vage verwijzing naar een privacy statement. Mogelijk is een privacy statement wel geschikt om individuele cookies in detail te benoemen. Het benoemen van de details ziet OPTA als *best practice*.
- Site-eigenaren die derde partijen via hun website cookies laten plaatsen, moeten deze partijen benoemen. Vage benamingen als 'zorgvuldig geselecteerde partners' volstaan niet, geef zoveel mogelijk aan welke derden of categorieën derden (bv. reisverzekeringen').
- Site-eigenaren die gebruik maken van third party cookies voor hun eigen diensten moeten aangeven waarom de site de cookie(s) toestaat en dat de derde partij(en) de cookie ook voor

---

<sup>1</sup> Gemakshalve wordt verder de term cookies gebruikt, ook daar waar sprake is van andere technieken.

andere doeleinden kan gebruiken, mogelijk ook voor profiling. Het is raadzamer de gebruiker naar de derde partij(en) te verwijzen dan om de voorwaarden van die derde partij over te nemen op de eigen website.

### **OPTA over toestemming en de bijbehorende bewijslast**

Voor het plaatsen van niet-functionele cookies is toestemming vereist. OPTA ziet niet in hoe *'implied consent'* initiatieven voldoen aan de wetgeving en hoe het 'niets doen' van een webbezoeker leidt tot een situatie waarbij cookies geplaatst mogen worden. De bezoeker moet een bepaalde handeling verrichten om toestemming te geven voor het plaatsen van een cookie. Op dat moment moeten site-eigenaren de toestemming 'loggen', deze logfiles kunnen dan dienen als bewijsmateriaal bij klachten. Sla bij het loggen van toestemming, bijvoorbeeld in de cookie, op welke informatie op dat moment aan de webbezoeker werd gegeven en welk privacy statement gold. Als een site eigenaar ook toestemming vraagt voor derden die op zijn site cookies plaatsen, is het van belang dat de site-eigenaar contractueel vastlegt welke informatie die partij wel en niet mag verzamelen. Tot slot merkt OPTA op dat zij een vlucht naar andere technieken, om zodoende de toestemmingsverplichting te trachten te ontlopen, als ongewenst ziet. Immers alle technieken waarbij gegevens worden geplaatst of uitgelezen vallen onder de wet.

### **OPTA over de uitzonderingen ten aanzien van functionele cookies**

De wet geeft aan dat er geen toestemming nodig is voor cookies die noodzakelijk zijn om:

- de communicatie over een elektronisch communicatienetwerk uit te voeren, of
- een door de gebruiker gevraagde dienst van de informatiemaatschappij te leveren

In het beoordelen of cookies noodzakelijk zijn, kijkt OPTA naar de recente opinie 04/2012 van European Union's Article 29 Data Protection Working Party, bestaande uit de Europese Privacy Toezichthouders, waarin zij aangeven voor welke cookies geen toestemming vereist is, zoals user input cookies (winkelmandje en loggegevens) en authenticatie cookies.

### **Branche over gebruiksvriendelijkheid**

De branche geeft aan tegen welke praktische bezwaren zij aanlopen. Eén daarvan is het vinden van een balans tussen toestemming vragen en het waarborgen van de gebruiksvriendelijkheid van het internet. De huidige toestemmingsvragen voorzien in twee opties: wel of geen cookies accepteren. Je zou echter de toestemming ook kunnen specificeren naar categorieën cookies, bijvoorbeeld optimalisatie, analytics en reclamecookies. Probleem is dat een dergelijke drietrapsraket raakt aan de architectuur van het internet en technisch moeilijk te implementeren is. Bovendien moet een webbezoeker ook een beheersbare keuze kunnen maken en geen lange lijst krijgen van cookies die hij aan of uit kan zetten. De sector is daarom net als de politiek een voorstander van een oplossing waarbij de besturingssystemen van de browser een keuze voor het accepteren van cookies kunnen registreren.

### **Branche over Do Not Track**

In Europees verband werken de browserbouwers aan een universele Do Not Track (DNT) standaard voor de browsers. Hier wordt het 'volg-me-niet' verzoek door de browser (besturingssysteem als Explorer, Chrome, Firefox) aan de website gecommuniceerd en kan uit de instelling van de browser worden afgeleid dat de gebruiker geen toestemming geeft tot het plaatsen van cookies. In dit systeem kan een webbezoeker ook vertrouwde aanbieders whitelisten en op termijn zelfs per merk aangeven of hij wel of geen cookies wenst te ontvangen. De browserbouwers zijn verenigd in W3C (World Wide Web Consortium) en hebben Eurocommissaris Kroes beloofd de standaard nog dit jaar uit te rollen. Ook het CBP, de privacy toezichthouder, en de Consumentenbond zijn voorstander van een dergelijke oplossing, mits DNT ook betekent dat er geen gegevens meer over surfgedrag verzameld worden. Dit zou een gebruiksvriendelijke en universele oplossing kunnen zijn. Tot die tijd moeten organisaties uiteraard voldoen aan de wet.

### **Branche over de informatieplicht**

De sector is van mening dat de informatievoorziening beter kan en moet en presenteert twee voorstellen om dit in de praktijk te brengen:

1. **Uniforme aanpak in informatievoorziening:** een werkgroep van publishers werkt voorstellen uit voor een uniforme informatievoorziening aan de consument. Hierbij wordt gedacht aan een gelijklopende en ogende melding op websites, waarbij ook wordt verwezen naar een informatiepagina met begrijpelijke informatie over cookies, uiteraard naast een verwijzing naar de eigen cookiepolicy.
2. **Branchebrede voorlichtingscampagne:** de werkgroep stelt eveneens voor een brede informatiecampagne te starten i.s.m. ECP-ECN. Doel van deze campagne is de burger informeren over de werking van cookies en de nieuwe cookieregels.

### **Vervolg**

De aanwezige bedrijven vinden de bijeenkomst verhelderend en nuttig. Door de open communicatie van OPTA weten zij beter wat er van hen verwacht wordt bij de implementatie van de cookieregels. De openheid van OPTA en de bereidheid tot de dialoog worden als zeer positief en effectief ervaren. OPTA zegt ook positief te staan tegenover de uniforme voorlichtingsaanpak en de branchebrede voorlichtingscampagne. De bijeenkomst moet dan ook gezien worden als een aftrap van een structureel overleg over compliance en voorlichting en naleving van de wet.