

Legalitate echivocă în comerțul internațional cu date

Equivocal Legality in International Data Trade

CARMEN TAMARA UNGUREANU¹

Rezumat: Pentru a prezenta diferitele „fețe” ale legalității în comerțul internațional cu date vom clarifica, mai întâi, noțiunea de date și tipurile acestora. Va fi stabilit, apoi, regimul juridic al datelor în dreptul național și european. În final, va fi abordată problema *broker*-ului de date, a rolului lui și a legalității activității acestuia în comerțul internațional cu date.

Cuvinte-cheie: date, comerț internațional cu date, GDPR, broker de date

Abstract: With the aim of presenting the different "faces" of legality in international data trade, we will first clarify the notion of data and their types. The legal status of data in national and European law will then be discussed. Finally, the issue of the data broker, its role and the legality of its activity in international data trade will be addressed.

Keywords: data, international data trade, GDPR, data broker

Introducere

În contextul evoluției tehnologice, a globalizării și a omniprezenței Internetului, are loc o „explozie” de informații, care sunt canalizate spre noi modele de *business*. Industria datelor este o afacere prosperă care are ca materie primă datele. Datele sunt valoroase, de aceea nu este surprinzător că întreprinderile se specializează în culegerea și prelucrarea datelor (personale și nepersonale) pentru a le comercializa persoanelor interesate².

Care sunt limitele legalității în sfera comerțului cu date? Natura datelor joacă vreun rol în determinarea legalității contractelor având ca obiect date?

¹ Profesor univ. dr., Facultatea de Drept, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, email: carmen.ungureanu@uaic.ro

^{*} O versiune a acestei lucrări a fost publicată în volumul autoarei, *Drept internațional privat european în raporturi de comerț internațional*, Editura Hamangiu, București, 2021, pp. 103-125.

² L. Trakman, R. Walters, B. Zeller, *Trade in Personal Data: Extending International Legal Mechanisms to Facilitate Transnational Trade in Personal Data?*, în *European Data Protection Law Review*, vol. 6, nr. 2/2020, p. 2, <https://doi.org/10.21552/edpl/2020/2/10>.

Pentru a prezenta diferitele fațete ale legalității în comerțul internațional cu date vom clarifica, mai întâi, noțiunea de date și tipurile acestora. Va fi stabilit, apoi, regimul juridic al datelor în dreptul național și european, evidențiind faptul că profesioniștii implicați în acest tip de comerț trebuie să aibă în vedere, dincolo de natura datelor, și temeiul juridic al comercializării datelor. În final, va fi abordată problema *broker*-ului de date, a rolului lui și a legalității activității acestuia în comerțul internațional cu date.

1. Date și tipuri de date

Datele sunt considerate noul „petrol” al erei digitale³. Ca orice materie primă, după ce sunt prelucrate, rafinate, analizate, „alimentează” noua economie, care se bazează pe date⁴. *Datele digitale*⁵ au devenit una dintre cele mai importante componente ale comerțului electronic online⁶, indiferent de natura și proveniența lor.

1.1. Ce reprezintă datele?

Datele sunt definite în moduri multiple. La nivelul Uniunii Europene (în continuare, UE), datele sunt privite prin prisma *Information Technology Vocabulary of the ISO/IEC*⁷ și sunt considerate a fi o „reprezentare reinterpretabilă a informațiilor într-un mod formalizat și adecvat comunicării, interpretării sau prelucrării”. „Datele pot fi create/editate de persoane sau generate de mașini/senzori, de multe ori ca *produs secundar*”⁸.

Datele pot fi definite, de asemenea, în raport cu noțiunile de *informație* și *cunoaștere*. Astfel, informațiile reprezintă date procesate/prelucrate în scopul creșterii utilității lor, iar cunoașterea înseamnă atribuirea de semnificații datelor

³ L. Chrobak, *Proprietary Rights in Digital Data? Normative Perspectives and Principles of Civil Law*, p. 254, în M. Bakhoun et al. (eds.), *Personal Data in Competition, Consumer Protection and Intellectual Property Law*, MPI Studies on Intellectual Property and Competition Law, Springer, Germany, 2018, https://doi.org/10.1007/978-3-662-57646-5_10.

⁴ G. Shaffer, *Trade Law in a Data-Driven Economy: The Need for Modesty and Resilience*, în *World Trade Review*, vol. 20, nr. 3/2021, p. 259, <https://doi.org/10.1017/S1474745621000069>.

⁵ În această lucrare vor fi avute în vedere, în principal, datele digitale.

⁶ L. Chrobak, *op. cit.*, p. 254.

⁷ [Online] la: <https://www.iso.org/standard/63598.html>, accesat 15.10.2021.

⁸ Comunicare a Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor, *Către o economie de succes bazată pe date* {SWD (2014) 214 final}, p. 4, [Online] la: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014DC0442&from=GA>, accesat 15.11.2021.

pentru a dobândi noi informații⁹. Altă definiție dată datelor este legată de utilitatea lor pentru funcționarea computerelor: datele sunt informații codate ce pot fi citite de „mașini”¹⁰.

Frecvent, *datele sunt considerate informații*¹¹. Dar ce sunt informațiile? Noțiunea de informație are o accepțiune complexă; informațiile iau multiple forme și au multe sensuri¹², pot fi asociate cu diferite explicații, în funcție de perspectiva adoptată și cerințele și dezideratele avute în vedere¹³.

Unii autori¹⁴ identifică drept date informațiile privite atât în sens *sintactic*, cât și *semantic*. Pentru a înțelege diferența dintre ele, a fost luat ca exemplu mesajul criptat¹⁵: când un anumit conținut este criptat printr-o tehnică de criptare (de exemplu, prin utilizarea *Caesar Cipher*¹⁶) respectivul conținut este o informație în sens *sintactic*, care nu are nici un înțeles (este o succesiune de litere/semne fără sens), adică, în sens semantic nu este informație. Dobândește,

⁹ I. Stepanov, *Introducing a property right over data in the EU: the data producer's right – an evaluation*, în *International Review of Law, Computers & Technology*, vol. 34, nr. 1/2020, p. 67, <https://doi.org/10.1080/13600869.2019.1631621>, [Online] la: <https://www.tandfonline.com/>, accesat 14.11.2021.

¹⁰ H. Zech, *Data as a Tradeable Commodity*, în A. De Franceschi (ed.), *European Contract Law and the Digital Single Market, Implications of the Digital Revolution*, p. 53, Cambridge, Intersentia, 2016, <https://doi.org/10.1017/9781780685212>.

¹¹ J. A. Castillo Parrilla, *The Legal Regulation of Digital Wealth: Commerce, Ownership and Inheritance of Data*, în *European Review of Private Law*, Vol. 29, nr. 5/2021, p. 818, Kluwer Law International.

¹² În Dicționarul explicativ al limbii române (DEX) din 2009, informație înseamnă: “1. Comunicare, veste, știre care pune pe cineva la curent cu o situație. 2. Lămurire asupra unei persoane sau asupra unui lucru; totalitatea materialului de informare și de documentare; izvoare, surse. 3. Fiecare dintre elementele noi, în raport cu cunoștințele prealabile, cuprinse în semnificația unui simbol sau a unui grup de simboluri (text scris, mesaj vorbit, imagini plastice, indicație a unui instrument etc.). ◇ *Teoria informației* = teoria matematică a proprietăților generale ale surselor de informație, ale canalelor de transmisie și ale instalațiilor de păstrare și de prelucrare a informațiilor. 4. (Biol.; în sintagma) *Informație genetică* = totalitate a materialului genetic dintr-o celulă capabilă să creeze secvențe de aminoacizi care, la rândul lor, formează proteine active.”

¹³ L. Floridi, *Information: A Very Short Introduction*, Oxford University Press, 2010, p. 1 și urm.

¹⁴ H. Zech, *op. cit.*, pp. 53-54.

¹⁵ M. Durovic, M. Montanaro, *Data Protection and Data Commerce: friends or foes?*, *European Review of Contract Law*, vol. 17, nr. 1/ 2021, pp. 3-4, <https://doi.org/10.1515/ercl-2021-0001>, [Online] la: <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/ercl-2021-0001/html>, accesat 21.11.2021.

¹⁶ [Online] la: <https://www.geeksforgeeks.org/caesar-cipher-in-cryptography/>, accesat 21.11.2021.

însă, sens prin decriptare și atunci conținutul devine informație și în sens semantic¹⁷.

Și datele cu caracter personal, în accepțiunea GDPR¹⁸, sunt considerate tot informații. *Datele cu caracter personal* înseamnă *orice informații* privind o *persoană fizică* identificată sau identificabilă [art. 4.1 GDPR]. Persoana fizică este o sursă importantă de informații. Aceasta intră într-o multitudine de raporturi, frecvent internaționale, care conduc la colectarea, utilizarea, prelucrarea și transferul datelor ei cu caracter personal de către entități de stat sau private ori de către alte persoane fizice.

Datele pot fi personale sau nepersonale, dar de cele mai multe ori sunt mixte (personale și nepersonale) și sunt combinate în seturi de date.

1.2. Tipuri de date

Datele pot fi clasificate, în principal, în funcție de două criterii: de sursa lor de proveniență și de natura lor.

1.2.1. Tipuri de date în funcție de proveniență

Datele pot avea diverse izvoare/surse. În funcție de *sursă*, acestea pot fi grupate, în principal, în trei categorii¹⁹:

- date colectate de organisme publice, care sunt *open data* (*date deschise*), personale sau nepersonale;

- date furnizate în mod *voluntar* de utilizatori, consumatori, profesioniști pe platforme online sau când utilizează alte servicii bazate pe IT (*Information Technology*);

- date care sunt *generate/create*, de exemplu, prin intermediul *cookies*²⁰, al furnizorului de Internet, date medicale ale pacienților, date care provin din

¹⁷ Pentru o analiză detaliată, L. Floridi, *Is Semantic Information Meaningful Data?* în *Philosophy and Phenomenological Research*, vol. 70, nr. 2/2005, pp. 351-370, <https://doi.org/10.1111/j.1933-1592.2005.tb00531.x>, [Online] la: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1933-1592.2005.tb00531.x>, accesat 21.11.2021.

¹⁸ Regulamentul (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului din 27 aprilie 2016 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Directivei 95/46/CE (Regulamentul general privind protecția datelor), JO L 119/1, 4.5.2016.

¹⁹ B. Lundqvist, *Big Data, Open Data, Privacy Regulations, Intellectual Property and Competition Law in an Internet-of-Things World: The Issue of Accessing Data*, p. 192, în M. Bakhoun, B. Conde Gallego, M.-O. Mackenrodt, G. Surblytė-Namavičienė (eds.), *Personal Data in Competition, Consumer Protection and Intellectual Property Law Towards a Holistic Approach?*, Editura Springer, ebook, 2018.

²⁰ S.R. Tataru, *Internet Cookies - fișierele cu răvaș juridic*, în *Analale Științifice ale Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași*, Tomul LXVI/Supliment, Științe Juridice, 2020, pp. 31-58, [Online] la: <http://pub.law.uaic.ro/ro/volume-publicate/2020/anale-uaic->

utilizarea produselor *smart* sau IoT (*Internet of Things*), *eCall*²¹, etc. În această categorie intră, de regulă, așa numitele *Big Data*.

Ce înseamnă open data? Potrivit Directivei (UE) 2019/1024 privind datele deschise și reutilizarea informațiilor din sectorul public²² (în continuare, Directiva *Open Data*), conceptul *open data* sau *date deschise* este înțeles, în general, ca desemnând datele în format deschis care pot fi liber utilizate, reutilizate și partajate de oricine în orice scop, privat sau nu, comercial sau necomercial²³ și care provin din documentele deținute de organismele din sectorul public, de organismele de drept public și de întreprinderile publice, așa cum sunt definite în directivă²⁴. De exemplu, ANCPI (Agenția Națională de Cadastru și Publicitate Imobiliară) oferă extrase de carte funciară contra unei sume de 20 lei/imobil²⁵; extrasele de carte funciară au ca scop informarea cu privire la situația cadastral - juridică a imobilelor, conținând informații cu privire la suprafața imobilului și descrierea acestuia, la dreptul de proprietate și eventualele sarcini existente asupra imobilului.

Ce înseamnă Big Data? Definiția *Big Data* din literatura de specialitate este destul de imprecisă. O definiție larg acceptată²⁶ ia în considerare caracteristicile esențiale ale *Big Data* sau cei 5 V: *Volume* (volum mare de seturi de date), *Veracity* (credibilitatea datelor, având în vedere că marea lor majoritate sunt

tomul-lxvi-tiine-juridice-supliment/tefan-rzvan-tataru-internet-cookies-fiierile-cu-rva-juridic, accesat 26.11.2021.

²¹ Conform art. 3.1 din *Regulamentul eCall* [Regulamentul (UE) 2015/758 al Parlamentului European și al Consiliului din 29 aprilie 2015 privind cerințele de omologare de tip pentru instalarea sistemului eCall bazat pe serviciul 112 la bordul vehiculelor și de modificare a Directivei 2007/46/CE, JO L 123/77 din 19 mai 2015], „sistem eCall bazat pe serviciul 112 instalat la bordul vehiculului” înseamnă un sistem de urgență, compus din echipamentul instalat la bordul vehiculului și din mijloacele de declanșare, de gestionare și de efectuare a transmisiei eCall, care este activat fie automat prin intermediul unor senzori de la bordul vehiculului, fie manual, care transmite, prin intermediul rețelelor publice de comunicații mobile fără fir, un set minim de date și stabilește un canal audio bazat pe serviciul 112 între pasagerii vehiculului și un PSAP eCal.”.

²² Directiva (UE) 2019/1024 a Parlamentului European și a Consiliului din 20 iunie 2019 privind datele deschise și reutilizarea informațiilor din sectorul public (reformare), JO L172, 26.6.2019, cu termen de transpunere în legislațiile naționale ale statelor membre 17 iulie 2021.

²³ Considerentul 16 din directivă.

²⁴ Art. 2.1, 2.2, 2.3. din directivă.

²⁵ Informație disponibilă [Online] la: <https://epay.ancpi.ro/epay/SelectProd.action?prodId=1420>, accesat 18.10.2021.

²⁶ D. Gervais, *Exploring the Interfaces Between Big Data and Intellectual Property Law*, în *Journal of Intellectual Property, Information Technology and E-Commerce Law (JIPITEC)*, nr. 10/2019, p. 4, [Online] la: <https://scholarship.law.vanderbilt.edu/faculty-publications/1095/>, accesat 22.11.2021.

generate automat), *Velocity* (viteza cu care datele sunt generate/crete, colectate și analizate), *Variety* (varietatea datelor, a tipurilor de date și a surselor de unde datele sunt colectate – de exemplu, *Internet browsers*, rețele de socializare, aplicații, camere video, vehicule, etc), *Value* (valoare).

Modul în care *Big Data* sunt create/generate și apoi utilizate implică două faze²⁷. În prima fază, datele sunt colectate din diverse surse, formându-se un set de date²⁸, apoi setul de date este analizat. Pentru analiză se poate folosi așa numitul TDM (*Test and Data Mining*) în care algoritmi ce folosesc inteligență artificială (*AI algorithms*) „învață” din setul de date. Este posibil să fie nevoie și de intervenție umană pentru a corecta erorile și corelațiile defectuoase. Prelucrarea datelor, care urmărește găsirea de legături, corelații, generarea de predicții, are scopuri diverse, ca de exemplu, marketingul direct²⁹.

Open data și *Big Data* nu sunt noțiuni similare. Conținutul lor poate să se suprapună parțial, în sensul că o parte din *Open data* pot fi *Big Data*, dar diferă prin aceea că, cea mai mare parte a *Big Data* este colectată și prelucrată de furnizori de servicii online privați, pe când *Open Data* provin din surse publice. *Big Data* pot avea diverse surse: rețelele de socializare (prin *likes*, *tweets*, fotografii), postări pe bloguri, datele colectate de dispozitive de urmărire, etc.

În literatura economică³⁰ s-a precizat că 2/3 din *Big Data* provin din sursele interne ale furnizorilor de servicii online, iar 1/3 din achiziționarea de *Big Data* de la alți furnizori de servicii online, mai ales de la deținătorii rețelelor de socializare.

1.2.2. Tipuri de date în funcție de natura lor

După *natura* lor, datele pot fi clasificate în date cu caracter personal (personale), date fără caracter personal (nepersonale) și date mixte.

Ce înseamnă date cu caracter personal? Potrivit art. 4.1 GDPR³¹, datele cu caracter personal sunt acele informații/orice informații *privind* o persoană fizică

²⁷ *Ibidem*.

²⁸ Potrivit OECD (*The Organisation for Economic Co-operation and Development*), prin set de date se înțelege „Any organized collection of data”, [Online] la: <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=542>, accesat 21.11.2021.

²⁹ Potrivit art. 21 (2) GDPR „ Atunci când prelucrarea datelor cu caracter personal are drept scop marketingul direct, persoana vizată are dreptul de a se opune în orice moment prelucrării în acest scop a datelor cu caracter personal care o privesc, inclusiv creării de profiluri, în măsura în care este legată de marketingul direct respectiv.”

³⁰ K. Śledziwska, R. Włoch, *Should We Treat Big Data as a Public Good?*, p. 267, în M. Taddeo, L. Floridi (eds.), *The Responsibilities of Online Service Providers*, Springer, 2017.

³¹ Va fi folosit acronimul GDPR (*General Data Protection Regulation*) pentru Regulamentul (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului din 27 aprilie 2016 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu

identificată sau identificabilă (*persoana vizată*). Noțiunea de date cu caracter personal are o accepțiune foarte largă, însemnând informații ce pot fi grupate pe trei niveluri: de *conținut* (informații *despre* o persoană), de *scop* (informații care au ca scop să evalueze, să trateze într-un anumit fel, să influențeze o anumită persoană) și de *rezultat* (informații care pot avea ca rezultat un impact asupra unei persoane fizice)³².

Date cu caracter personal sunt, de exemplu, informațiile care privesc elementele de identificare a persoanei fizice, precum numele acesteia, un număr de identificare, cum este codul numeric personal (CNP), date de localizare, un identificator online, sau unul sau mai multe elemente specifice, proprii identității sale fizice, fiziologice, genetice, psihice, economice, culturale sau sociale.

Dacă datele cu privire la o persoană fizică au fost *pseudonimizate*, adică au fost prelucrate astfel încât să nu fie posibilă atribuirea acestora unei anumite persoane fără a se utiliza informații suplimentare, acestea rămân date cu caracter personal³³, deoarece persoana fizică este *identificabilă* prin utilizarea de informații suplimentare, chiar dacă acestea sunt păstrate separat și sunt securizate prin măsuri organizatorice sau tehnice (de exemplu, prin criptare).

Datele cu caracter personal *anonimizate* (adică informațiile care sunt anonimizate astfel încât persoana vizată să nu fie sau să nu mai fie identificabilă) ies din categoria datelor cu caracter personal³⁴. Frecvent, însă, când anumite tipuri de date nepersonale sunt amestecate pot conduce la date personale prin utilizarea unor algoritmi sofisticati³⁵.

Ce înseamnă date fără caracter personal? În Regulamentul (UE) 2018/1807 privind un cadru pentru libera circulație a datelor fără caracter personal în Uniunea Europeană (în continuare, Regulamentul 2018/1807)³⁶ datele fără caracter personal sunt definite ca datele care *nu sunt* date cu caracter personal [art. 2 (1)].

Comisia Europeană a elaborat un document³⁷ care are ca scop clarificarea, printre altele, și a noțiunii de date fără caracter personal. Astfel, datele fără

caracter personal și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Directivei 95/46/CE (Regulamentul general privind protecția datelor), JO L 119/1, 4.5.2016.

³² M. Durovic, M. Montanaro, *op. cit.*, pp. 11-12; Art 29 Working Party, Opinion 04/2007 on the Concept of Personal Data, 01248/07/EN, WP 136, pp. 9-11, [Online] la: <https://www.clinicalstudydatarequest.com/Documents/Privacy-European-guidance.pdf>, accesat 21.11.2021.

³³ Art. 4 (5) GDPR.

³⁴ Considerentul 26 GDPR.

³⁵ B. Lundqvist, *op. cit.*, p. 192.

³⁶ JO L 303, 28.11.2018.

³⁷ Comunicare a Comisiei către Parlamentul European și Consiliu, *Orientări referitoare la Regulamentul privind un cadru pentru libera circulație a datelor fără caracter personal în Uniunea Europeană*, Bruxelles, 29.5.2019 COM (2019) 250 final, [Online] la:

caracter personal, conform documentului³⁸, pot fi clasificate în funcție de origine, în două categorii:

- date fără legătură cu o persoană fizică identificată sau identificabilă, cum ar fi, de exemplu, datele privind condițiile meteorologice generate de senzorii instalați pe turbinele eoliene sau datele privind nevoile de întreținere ale utilajelor industriale;

- date care au fost inițial date cu caracter personal, dar care au fost ulterior anonimizate; aceste date, dacă au fost anonimizate corespunzător, nu mai pot conduce la identificarea unei persoane fizice prin utilizarea de informații suplimentare.

Referitor la datele cu caracter personal anonimizate, CJUE a stabilit în cauza Patrick Breyer v. Germany (C-582/14) că *o adresă de protocol internet (IP) dinamică înregistrată de un furnizor de servicii de comunicații electronice cu ocazia consultării de către o persoană a unui site internet pe care acest furnizor îl pune la dispoziția publicului constituie, pentru furnizorul respectiv, o dată cu caracter personal, în cazul în care acesta dispune de mijloace legale care îi permit să identifice persoana vizată cu ajutorul informațiilor suplimentare de care dispune furnizorul de acces la internet al acestei persoane.*

Pentru a se stabili dacă o persoană este identificabilă, este nevoie să se ia în considerare toate mijloacele *legale* pe care este probabil, în mod rezonabil, să le utilizeze un operator sau o altă persoană în scopul identificării, în mod direct sau indirect, precum costurile și intervalul de timp necesare pentru identificare, ținându-se seama atât de tehnologia disponibilă la momentul prelucrării, cât și de dezvoltarea tehnologică³⁹. Prin urmare, datele sunt anonime nu numai dacă tehnic nu este fezabil să fie identificată o persoană, ci și atunci când nu este din punct de vedere legal fezabil, adică atunci când nu există căi legale pentru a obține identificatorii care să transforme datele anonime în date cu caracter personal. Datele pseudonimizate pot fi considerate date anonime pentru persoana care nu are acces legal și tehnic la identificatori⁴⁰.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019DC0250&from=RO>, accesat 26.11.2021.

³⁸ *Comunicare...Orientări...op. cit.*, pp. 6-7.

³⁹ *Comunicare...Orientări...op. cit.*, p. 7

⁴⁰ V. Janeček, G. Malgieri, *Commerce in Data and the Dynamically Limited Alienability Rule*, în *German Law Journal*, vol. 21, nr. 5/2020, p. 934, <https://doi.org/10.1017/glj.2020.47>, [Online] la: <https://www.cambridge.org/core/journals/german-law-journal/article/commerce-in-data-and-the-dynamically-limited-alienability-rule/14EAE54E12D54726AA2D0C23862FE845>, accesat 12.11.2021; M. Mourby ș.a., *Are "Pseudonymised" Data Always Personal Data? Implications of the GDPR for Administrative Data Research in the UK*, în *Computer Law & Security Review* nr. 34 /2018, p. 225, <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2018.01.002>, [Online] la: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0267364918300153>, accesat 1.11.2021.

Asta înseamnă că natura datelor este *relativă*, putând varia în funcție de diferite criterii: costuri rezonabile, timp, tehnologie disponibilă, ș.a.

Ce înseamnă date mixte? Datele mixte reprezintă un set de date compus atât din date cu caracter personal, cât și din date fără caracter personal. Regulamentul 2018/1807 se aplică părții din setul de date fără caracter personal, iar datelor cu caracter personal din setul de date li se aplică regulile din GDPR.

Frecvent în practică, însă, datele cu caracter personal sunt combinate cu datele fără caracter personal. Seturile de date mixte reprezintă majoritatea seturilor de date utilizate în industria datelor și sunt favorizate de evoluția tehnologiei, cum ar fi IoT (adică obiectele/lucrurile *smart*, conectate la Internet – *smartphone*, *smartwatch*, *smartfridge*, *smartTV*, etc.), inteligența artificială și tehnologiile care permit analiza volumelor mari de date.

În cazul în care datele cu caracter personal și cele fără caracter personal dintr-un set de date sunt legate între ele în *mod indisolubil*, ele sunt supuse regulilor din GDPR [art. 2 (2) din Regulamentul 2018/1807].

În Comunicarea Comisiei Europene sunt date câteva exemple de date mixte⁴¹:

- *certificatul de atestare fiscală al unei societăți, care menționează numele și numărul de telefon ale directorului general al societății;*

- *seturile de date de la o bancă, în special cele care conțin informații referitoare la clienți și detaliile tranzacțiilor, cum ar fi serviciile de plată (carduri de credit și de debit), acorduri de împrumut, precum și documente care combină date referitoare atât la persoanele fizice, cât și la cele juridice;*

- *datele statistice anonimizate ale unei instituții de cercetare și datele primare colectate inițial, cum ar fi răspunsurile respondenților individuali la întrebările chestionarului statistic;*

- *datele referitoare la obiectele smart, dintre care unele date permit formularea unor ipoteze cu privire la persoane identificabile (de exemplu, prezența la o anumită adresă și modele de utilizare).*

Ce înseamnă că datele cu caracter personal sunt legate indisolubil de datele fără caracter personal? În absența unei definiții în regulamentele aplicabile (GDPR și Regulamentul 2018/1807), se poate considera că datele sunt legate indisolubil atunci când un set de date conține date din ambele categorii, iar separarea celor două tipuri de date, fie este imposibilă, fie este considerată de către operator ca ineficientă din punct de vedere economic sau nefezabilă din punct de vedere tehnic.

Regulamentele nu impun vreo obligație profesioniștilor care colectează, prelucrează, controlează date în ceea ce privește separarea datelor personale de cele nepersonale dintr-un set de date mixte. În consecință, un set de date mixte

⁴¹ *Comunicare..Orientări....op. cit., p. 9.*

va fi supus, în general, obligațiilor operatorilor și ale persoanelor împuternicite de către operatori și va respecta drepturile persoanelor vizate stabilite prin GDPR.

2. Comerțul cu date

La nivel european, așa cum am arătat deja, datele sunt supuse, în principal, regulilor din GDPR, din Regulamentul 2018/1807 și din Directiva *Open Data*. Aceste reglementări nu conțin, însă, prevederi exprese referitoare la comerțul cu date. Sunt datele bunuri alienabile (*res in commercio*)? A face comerț cu date înseamnă a trata datele ca pe o marfă, înseamnă a obține date în schimbul banilor sau a unor servicii digitale ori în schimbul altor date/informații.

Deși în normele *soft law* sau *hard law* din UE nu se folosesc expresii precum *comercializarea datelor* sau *vânzarea datelor*, asta nu înseamnă că economia digitală europeană nu se „hrănește” cu date și că piața datelor lipsește în spațiul european, ci dimpotrivă: există și funcționează o adevărată industrie a datelor.

În mercantilizarea datelor nu se ține seama de natura lor. Toate tipurile de date sunt comercializate: *open data*, date fără caracter personal, date cu caracter personal, date mixte. Comerțul cu date se înscrie, de regulă, în categoria *comerțului internațional*, pentru că majoritatea datelor sunt *digitale*, iar „actorii” din industria datelor sunt întreprinderi multinaționale. De altfel, comerțul cu date (digitale) nu are granițe.

Pentru a răspunde la întrebarea dacă datele sunt bunuri alienabile și, în consecință, comerțul cu date se face sau nu în limitele legalității, vom încerca să deslușim regimul juridic al datelor, plecând de la dreptul național, unde ne vom folosi de regulile generale (în absența unora cu caracter special) și, apoi, vom transla problema în dreptul european. Legat de regimul juridic al datelor, vom stabili temeiul comercializării lor potrivit regulilor din UE.

2.1. Regimul juridic al datelor

Datele, ca informații, nu beneficiază în dreptul intern de norme special elaborate pentru a le defini sau pentru a stabili regimul lor pe piața economică a datelor. Reglementările adoptate la nivel european nu clarifică aceste aspecte, dar oferă indicii, care alimentează o bogată literatură juridică, în încercarea de a stabili repere pentru toți cei implicați în comerțul cu date.

2.1.1. Abordarea națională a regimului juridic al datelor

Potrivit *dreptului român*, ca să poată fi comercializate, datele trebuie să fie bunuri sau, altfel spus, datele pot fi obiect material⁴² al contractului de

⁴² Codul civil a complicat noțiunea de obiect al contractului în mod inutil, introducând încă un element într-o succesiune inepuizabilă: contractul are ca obiect

înstrăinare dacă sunt bunuri. „Numai bunurile care sunt în circuitul civil pot face obiectul unei prestații contractuale” (art. 1229 C. civ.).

Potrivit art. 535 C. civ., „Sunt bunuri lucrurile, corporale sau necorporale, care constituie obiectul unui drept patrimonial”. Dreptul patrimonial este acela care are un conținut economic, evaluabil în bani. Deci bunurile, în sens juridic, sunt lucrurile care dobândesc valoare economică prin *apropriere*, adică în măsura în care sunt obiect al dreptului de proprietate sau al altui drept real⁴³.

Datele sunt informații, deci se pune problema dacă, mai întâi, acestea sunt *lucruri necorporale* și apoi, dacă devin *bunuri incorporale* prin *apropriere*, adică dacă devin obiect al dreptului de proprietate sau al altui drept real.

Prin *lucru* se înțelege „*orice element material (corporal) sau imaterial (necorporal) al realității obiective care are o configurație proprie, stabilă și autonomă*”, „*adică o anumită identitate, cu o durată mai mică sau mai mare în timp, prin care să se diferențieze de alte lucruri.*”⁴⁴.

Este informația un lucru? Din moment ce este un element imaterial al realității obiective, cu o identitate care o diferențiază de alte informații, *este un lucru*. Simplul fapt că informațiile sunt *colectate* face dovada că acestea există în realitatea obiectivă (altfel, nu ar putea fi colectate). La fel ca și alte lucruri necorporale, precum „unde electromagnetice sau asimilate acestora, precum și energia de orice fel” [la care se face referire în art. 539 (2) C. civ.], datele/informațiile au o anumită configurație proprie și autonomă. *Calificarea informației ca fiind un lucru nu depinde de natura informației, personală sau nepersonală.*

Pentru ca un lucru necorporal să devină un bun incorporal esențial este să aibă *valoare economică* și să fie *susceptibil de apropiere*.

Este evident că datele au o valoare economică importantă, altfel nu ar fi atât de conștiincios colectate și prelucrate. În UE (ca de altfel, la nivel global), datele stau la baza economiei digitale. „*Data is the lifeblood of the economy and a driver of innovation.*”⁴⁵. Este adevărat, însă, că de fiecare dată când se face referire la *date* se folosește pluralul. O *informație luată separat* dintr-un *set sau pachet de*

operația juridică; aceasta are și ea un obiect, obligația; obligația, la rândul ei, are ca obiect prestația la care se angajează debitorul; obiectul prestației se pare că îl constituie bunurile, făcând o interpretare sistematică, pentru că nu se precizează în vreun text (art. 1225-1230 C. civ.). A se vedea, S. Neculaescu, *Discuții privind conceptul de obiect al contractului*, în *Dreptul* nr. 12/2011, p. 22.

⁴³ V. Stoica, *Actualitatea ocupațiunii-mod original de dobândire a dreptului de proprietate privată*, în *Dreptul* nr. 9/2005, p. 23.

⁴⁴ V. Stoica, *Noțiunea de bun incorporal în dreptul civil român*, p.7-8, [Online] la: <https://www.juridice.ro/essentials/1646/notiunea-de-bun-incorporal-in-dreptul-civil-roman>, accesat 18.11.2021.

⁴⁵ European Commission, *Building a Data Economy in the European Union. Data. Innovation. Growth*, p.1., [Online] la: <file:///C:/Users/User/Downloads/BuildingadataeconomyintheEuropeanUnion.pdf>, accesat 15.11.2021.

date poate fi lipsită de orice valoare. Cu cât pachetul/setul de date este mai voluminos în informații, care inter-relaționează, cu atât este mai valoros⁴⁶. Totuși, în absența colectării fiecărei informații, privită individual, setul de date nu ar putea lua ființă; fiecare parte din set reprezintă *materia primă* ce dă valoare setului de date odată constituit. Datele sunt deci o „specie” diferită de lucruri, care devin valoroase când sunt combinate în seturi, spre deosebire de alte lucruri, care, dimpotrivă, devin cu atât mai valoroase cu cât sunt mai puține. De asemenea, datele pot fi multiplicat în nenumărate copii, fără a necesita costuri pentru asta și pot fi folosite concomitent de o multitudine de persoane⁴⁷.

Datele, personale și nepersonale ori mixte, sunt lucruri susceptibile de apropiere?

În literatura juridică autohtonă s-a considerat că *lucrurile necorporale devin apropiabile numai cu autorizarea legii*⁴⁸. În dreptul român nu au fost adoptate norme în această materie, deci nu există și, prin urmare, ar putea fi trasă concluzia că datele nu sunt susceptibile de apropiere/nu pot face obiectul dreptului de proprietate.

Fără a ne propune să identificăm o asemenea abordare în legislația altor state membre ale UE, trebuie menționat totuși că problema *proprietății* asupra datelor este un subiect intens dezbătut în literatura juridică, mai ales străină⁴⁹, inclusiv în Germania, unde a fost propusă, recunoașterea unui drept de proprietate asupra datelor⁵⁰. La originea propunerii a fost industria

⁴⁶ J. A. Castillo Parrilla, *op. cit.*, pp. 820-821.

⁴⁷ *Ibidem*.

⁴⁸ V. Stoica, *Noțiunea...*, *op. cit.*, p. 15.

⁴⁹ De exemplu, T. Hoeren, *Big Data and the Ownership in Data: Recent Developments in Europe*, în *European Intellectual Property Review*, 2014, pp. 751-754, [Online] la: https://rd-alliance.org/sites/default/files/Big_Data_and_the_Ownership_in_Data.pdf, accesat 16.11.2021; A. De Franceschi, M. Lehmann, *Data as tradeable commodity and new measures for their protection*, în *The Italian Law Journal*, vol. 1, nr. 1/2015, pp. 51-72, [Online] la: <https://italian-law-journal.scholasticahq.com/article/592-data-as-tradeable-commodity-and-new-measures-for-their-protection>, accesat 16.11.2021; H. Zech, *A Legal Framework for a Data Economy in the European Digital Single Market: Rights to Use Data*, în *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, vol. 11, nr. 6/2016, pp. 460-470, <https://doi.org/10.1093/jiplp/jpw049>, [Online] la: <https://edoc.unibas.ch/44518/>, accesat 16.11.2021; B. Hugenholtz, *Against 'Data Property'*, pp. 48-71, în H. Ullrich, P. Drahos, G. Ghidini (eds.), *Kritika: Essays on Intellectual Property*, vol. 3, Editura Edward Elgar, Cheltenham, 2018; T. Hoeren, P. Bitter, *Data Ownership is Dead: Long Live Data Ownership*, în *European Intellectual Property Law Review*, vol. 40, nr. 6/2018, pp. 347-348, [Online] la: https://www.itm.nrw/wp-content/uploads/Data_Ownership_is_Dead.pdf, accesat 16.11.2021, ș.a.

⁵⁰ F. Banterle, *Data Ownership in the Data Economy: A European Dilemma*, August 1, 2018, p. 3, în *EU Internet Law in the digital era*, edited volume based on the REDA 2017

automobilelor germană, preocupată de proprietatea asupra datelor, în principal, generate de senzorii cu care sunt echipate automobilele (frâne, camere, motor) și care transmit o cantitate enormă de date, ce furnizează informații referitoare la performanța acestora, la trafic, la comportamentul uman, ș.a. și care sunt folosite apoi pentru dezvoltarea de vehicule *smart*, de aplicații, etc. S-a pus problema, cine dintre toți cei implicați în lanțul valoric (fabricanții senzorilor, fabricantul vehiculului, proprietarul vehiculului, furnizorul de conținut digital, furnizorul de *cloud*) are un drept de proprietate asupra datelor⁵¹. Aceste date, deși fără caracter personal, dacă pot fi „conectate” cu proprietarul vehiculului sau cu conducătorul auto al acestuia devin date personale; iar identificarea proprietarului/conducătorului auto nu este deloc dificilă⁵².

Ca urmare a demersurilor producătorilor de vehicule germani și a dezbaterilor academice și legislative⁵³, la nivelul UE, în 2017 în documentul *Construirea unei economii europene a datelor*⁵⁴, a fost propusă recunoașterea unui drept al producătorului de date⁵⁵. *Producătorul de date* ar fi proprietarul sau utilizatorul pe termen lung, adică posesorul dispozitivului ce ar putea beneficia de dreptul de a utiliza *date fără caracter personal* și de dreptul de a autoriza utilizarea acestora, în anumite condiții. Această propunere nu a fost, însă, materializată într-un instrument legislativ european.

2.1.2. Interpretări ale regimului juridic al datelor în UE

Comercializarea datelor este o realitate economică, ce trebuie justificată și din punct de vedere juridic. Unii autori consideră datele ca fiind *bunuri comune*, referindu-se la *Big Data* sau *bunuri proprietate privată a celor care le colectează*, care ar trebui să fie tratate ca bunuri comune, în temeiul responsabilității sociale a întreprinderilor⁵⁶. În alte abordări, se încearcă justificarea comerțului cu date pe baza unor reglementări existente.

conference, Springer, 2018, [Online] la: <https://ssrn.com/abstract=3277330>, accesat 21.11.2021.

⁵¹ F. Banterle, *op. cit.*, p. 3.

⁵² J. A. Castillo Parrilla, *op. cit.*, pp. 810-811.

⁵³ B. Hugenholtz, *op. cit.*, p. 48.

⁵⁴ Comunicare a Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor, *Construirea unei economii europene a datelor*, {SWD (2017) 2 final}, Bruxelles, 10.1.2017 COM (2017) 9 final, p. 11, [Online] la: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017DC0009&from=EN>, accesat 16.11.2021.

⁵⁵ *Comunicare...Construireai*, *op. cit.*, p. 14.

⁵⁶ K. Śledziwska, R. Włoch, *op. cit.*, pp. 265-270.

În prezent, ar putea fi utilizate, în principal, patru reglementări europene (Directiva *Open Data*, Directiva 2019/770⁵⁷, GDPR și Regulamentul 2018/1807), dintre care, primele două, se poate considera că recunosc *indirect* un regim de *quasi-proprietate* asupra datelor, iar celelalte două oferă *temeiul juridic al comercializării datelor*.

Directivele europene nu au fost încă transpuse în legislația națională, România depășind termenele stabilite⁵⁸.

A. *Quasi-proprietatea asupra datelor*

Anumite prevederi din Directiva *Open Data* și din Directiva 2019/770 pot conduce la ideea unei *quasi-proprietăți* asupra datelor. În plus, și anumite prevederi din GDPR au făcut ca unii autori⁵⁹ să considere că asupra datelor personale ar putea exista o *quasi-proprietate*.

Organismele din sectorul public, organismele de drept public și de întreprinderile publice colectează *date care interesează societatea*, de exemplu, date privind proprietarii de imobile, mărci, date privind societățile comerciale, etc. Aceste date sunt/erau depozitate/stocate în servere (în prezent multe organisme publice guvernamentale folosesc *cloud-ul*, externalizând stocarea datelor deschise⁶⁰). Colectorii de *date deschise* au devenit comercianți de date, fie în mod voluntar, fie conform Directivei *Open Data*, punând datele la dispoziția consumatorilor și a profesioniștilor în scop de reutilizare comercială sau necomercială. În statele nordice, de exemplu, autoritățile guvernamentale dețin baze de date, care sunt protejate prin drepturi de proprietate intelectuală, pentru care dau acces comercial celor interesați pe bază de licență⁶¹.

Prin urmare, conform Directivei *Open Data*, datele deschise se utilizează/reutilizează în scop *comercial* sau *necomercial*, documentele devenind accesibile pentru reutilizare în momentul în care organismele din sectorul public

⁵⁷ Directiva (UE) 2019/770 a Parlamentului European și a Consiliului din 20 mai 2019 privind anumite aspecte referitoare la contractele de furnizare de conținut digital și de servicii digitale, JO L 136, 22.5.2019, cu termen de transpunere 1 iulie 2021.

⁵⁸ România a fost deja atenționată cu privire la transpunerea Directivei *Open Data*, urmând să fie declanșată procedura de infringement ([Online] la: <https://www.agerpres.ro/economic-extern/2021/10/01/comisia-europeana-invita-romania-si-alte-18-tari-ue-sa-respecte-norme-cu-privire-la-reutilizarea-informatiilor-din-sectorul-public--789362>, accesat 22.11.2021).

⁵⁹ F. Banterle, *op. cit.*, p. 8.

⁶⁰ B. Zwattendorfer, K. Stranacher, A. Tauber, P. Reichstädter, *Cloud Computing in E-Government across Europe A Comparison*, pp. 181-195, în Kő A., Leitner C., Leitold H., Prosser A. (eds.) *Technology-Enabled Innovation for Democracy, Government and Governance*, 2013, Lecture Notes in Computer Science, vol. 8061, Springer, Berlin, Heidelberg, https://doi.org/10.1007/978-3-642-40160-2_15, accesat 20.11.2021.

⁶¹ B. Lundqvist, *op. cit.*, p. 200.

acordă licențe, vând, difuzează, furnizează sau fac schimb de informații⁶², cu alte cuvinte le comercializează. Reiese că *open data* sunt în circuitul civil, fiind tratate, fie ca bunuri comune, fie ca bunuri obiect al unei anumite forme de proprietate; când se acordă licență asupra bazelor de date, datele sunt protejate printr-un drept de proprietate intelectuală.

Din Directiva 2019/770 rezultă că este permisă înstrăinarea datelor cu caracter personal, prin contracte. Potrivit art. 3 (1) alin. (2) comerciantul/profesionistul furnizează sau se angajează să furnizeze consumatorului conținut digital sau un serviciu digital, iar consumatorul furnizează sau se angajează să furnizeze comerciantului, în schimb, date cu caracter personal⁶³. În pofida faptului că în considerentul 24 din directivă se precizează că datele cu caracter personal *nu sunt o marfă*, dacă persoana vizată/consumatorul le furnizează în loc de preț în schimbul bunurilor digitale sau serviciilor digitale, înseamnă că le are (în proprietate?), pentru că nimeni nu poate transmite mai multe drepturi decât are. Potrivit art. 17 (1) C. civ., „Nimeni nu poate transmite sau constitui mai multe drepturi decât are el însuși.”.

Dreptul de proprietate asigură titularului controlul asupra obiectului proprietății. O asemenea putere de control transpare din dreptul persoanei vizate la portabilitatea datelor, recunoscut în GDPR. Conform art. 20 GDPR, persoana vizată are dreptul de a i se restitui datele cu caracter personal care o privesc și pe care le-a furnizat operatorului de date (de regulă, un profesionist), date care se restituie într-un *format structurat, utilizat în mod curent și care poate fi citit automat* și are dreptul de a transmite aceste date altui operator de date. Dreptul

⁶² Considerentul 22 din directivă.

⁶³ În considerentul 24 din directivă există explicația potrivit căreia conținutul digital și serviciile digitale sunt adesea furnizate și în cazul în care consumatorul nu plătește un preț, ci îi furnizează comerciantului date cu caracter personal. Aceste modele de afaceri sunt utilizate în diferite forme pe o parte semnificativă a pieței. Deși se recunoaște pe deplin că protecția datelor cu caracter personal este un drept fundamental și că datele cu caracter personal nu pot fi considerate o marfă, acestea pot fi furnizate comerciantului/profesionistului în loc de preț. Datele cu caracter personal pot fi furnizate comerciantului/profesionistului fie în momentul încheierii contractului, fie ulterior, de exemplu, atunci când consumatorul își dă consimțământul pentru utilizarea datelor lui cu caracter personal de către comerciant, date pe care consumatorul le-ar putea încărca sau le-ar putea crea cu ajutorul conținutului digital sau al serviciului digital. Dreptul UE privind protecția datelor cu caracter personal prevede o listă de temeuri juridice pentru prelucrarea legală a datelor cu caracter personal. De exemplu, consumatorul deschide un cont pe o platformă de comunicare socială/rețea socială și pune la dispoziția comerciantului numele și adresa de e-mail, care sunt folosite și pentru alte scopuri decât simpla furnizare a conținutului digital sau a serviciului digital sau consumatorul își dă consimțământul ca orice material care constituie date cu caracter personal, cum ar fi fotografiile sau postările pe care le încarcă, să fie prelucrate de comerciant în scopuri de marketing.

de control poate fi considerat o *quasi-proprietate*⁶⁴. Asta face din persoana vizată un *jucător* pe piața digitală de date⁶⁵.

Operatorul de date, în temeiul GDPR, are un drept de „*posesie*” legitimă, care îi permite să exploateze datele cu caracter personal în scopuri comerciale, în condițiile stipulate în GDPR⁶⁶. Nu există reglementări în ceea ce privește condițiile pentru exploatarea economică și posibilitatea de comercializare a datelor. Regula este că comercializarea datelor se face folosind contracte.

Prin urmare, un drept de proprietate asupra datelor nu este reglementat/recunoscut în legislația europeană. În aceste condiții, datele sunt controlate prin mecanisme de restricționare a accesului la date⁶⁷, bazate pe exclusivitate și „*posesie*” de fapt⁶⁸.

B. Temeiul juridic al comercializării legale a datelor

GDPR și Regulamentul 2018/1807 oferă temeiul juridic al comercializării datelor, deși nu folosesc această terminologie. În literatura juridică s-a afirmat întemeiat că a *comercializa date cu caracter personal* înseamnă, de fapt, a le *prelucra*⁶⁹. Noțiunea de prelucrare a datelor⁷⁰ în ambele regulamente este extrem de largă⁷¹, incluzând, printre altele, și *dezvăluirea prin transmitere, diseminarea sau punerea la dispoziție în orice alt mod* a datelor personale și nepersonale, cu alte cuvinte, *comercializarea* lor.

⁶⁴ F. Banterle, *op. cit.*, p. 8.

⁶⁵ B. Lundqvist, *op. cit.*, p. 204.

⁶⁶ F. Banterle, *op. cit.*, p. 8.

⁶⁷ H. Zech, *Data as a Tradeable Commodity – Implications for Contract Law*, September 2017, p. 7, în J. Drexel (ed.), *Proceedings of the 18th EIPIN Congress: The New Data Economy between Data Ownership, Privacy and Safeguarding Competition*, Edward Elgar Publishing, [Online] la: <https://ssrn.com/abstract=3063153>, accesat 19.11.2021.

⁶⁸ F. Banterle, *op. cit.*, p. 10.

⁶⁹ M. Durovic, M. Montanaro, *op. cit.*, pp. 21-24.

⁷⁰ M. Dumitru, *Există un drept de opțiune între temeiurile prelucrării datelor cu caracter personal potrivit Regulamentului 2016/679 privind protecția datelor?*, în *Revista română pentru protecția și securitatea datelor cu caracter personal*, nr. 1/2020, pp. 50-62.

⁷¹ Art. 3.2 din Regulamentul 2018/1807: „*prelucrare* înseamnă orice operațiune sau serie de operațiuni efectuate asupra datelor sau a seturilor de date în format electronic, cu sau fără utilizarea de mijloace automatizate, cum ar fi colectarea, înregistrarea, organizarea, structurarea, stocarea, adaptarea sau modificarea, extragerea, consultarea, utilizarea, dezvăluirea prin transmitere, diseminarea sau punerea la dispoziție în orice alt mod, alinierea sau combinarea, restricționarea, ștergerea sau distrugerea”. Art. 4.2. GDPR: „*prelucrare* înseamnă orice operațiune sau set de operațiuni efectuate asupra datelor cu caracter personal sau asupra seturilor de date cu caracter personal, cu sau fără utilizarea de mijloace automatizate, cum ar fi colectarea, înregistrarea, organizarea, structurarea, stocarea, adaptarea sau modificarea, extragerea, consultarea, utilizarea, divulgarea prin transmitere, diseminarea sau punerea la dispoziție în orice alt mod, alinierea sau combinarea, restricționarea, ștergerea sau distrugerea;”.

Operatorul de date (profesionist, de regulă) are, deci, la dispoziția sa mai multe căi de comercializare a datelor. Astfel, poate transmite datele partenerilor lui contractuali, dându-le *acces*. De exemplu, Booking.com⁷² partajează datele cu caracter personal cu *instituții financiare, agenții de publicitate, filiale ale grupului corporativ Booking.com și celelalte societăți care alcătuiesc grupul corporativ Booking Holdings Inc., cu furnizori de servicii de asigurare, ș.a.* Deși Facebook declară că nu vinde datele cu caracter personal („Colaborăm cu parteneri terți care ne ajută și ne îmbunătățesc Produsele sau care folosesc Instrumentele Facebook Business pentru a-și dezvolta afacerea, iar acest lucru permite funcționarea companiilor noastre și ne dă posibilitatea să oferim servicii *gratuite* persoanelor din întreaga lume. *Nu vindem nimănui nicio informație a dvs. și nu vom face acest lucru niciodată.*”⁷³[s.n.- CTU]), le *partajează* cu mai multe categorii de persoane terțe în diferite scopuri (cu partenerii care utilizează serviciile Facebook de analiză, cu promotorii, cu partenerii care asigură servicii de măsurare a performanțelor, cu partenerii care oferă bunuri și servicii în produsele Facebook, cu comercianți și furnizori de servicii⁷⁴, ș.a.).

O altă cale de comercializare a datelor este *transmiterea* unor seturi de date contra cost către profesioniștii specializați în comerțul cu date, de exemplu, către *brokerii* de date (de care ne vom ocupa în secțiunea 2.2 din această lucrare).

Pentru ca datele personale să poată fi *prelucrate*, potrivit GDPR, persoana vizată trebuie să-și dea *consimțământul*⁷⁵ pentru prelucrare, în unul sau mai multe *scopuri specifice* [art. 6 (1) (a) GDPR]. A exprima *consimțământul* înseamnă, potrivit art. 4 (11) GDPR, „orice manifestare de voință liberă, specifică, informată și lipsită de ambiguitate a persoanei vizate prin care aceasta acceptă, printr-o declarație sau printr-o acțiune fără echivoc, ca datele cu caracter personal care o privesc să fie prelucrate”.

Consimțământul este principalul temei folosit pentru comerțul legal cu date.

Un alt temei, dar care nu are decât un impact minor asupra comerțului cu date, este *necesitatea* prelucrării datelor personale pentru „executarea unui contract la care persoana vizată este parte sau pentru a face demersuri la cererea persoanei vizate înainte de încheierea unui contract” [art. 6 (1) (b) GDPR]. De exemplu, consumatorul încheie un contract prin care i se furnizează servicii digitale online și pentru încheierea și executarea contractului este necesară prelucrarea datelor lui personale de către furnizorul serviciului (cum ar fi datele de identificare: nume, adresă email, etc.).

⁷² La politica de confidențialitate se ajunge prin mai multe hyperlink-uri din: [Online] la: <https://www.booking.com/general.ro.>, accesat 23.11.2021.

⁷³ [Online] la: <https://www.facebook.com/about/privacy/update>, accesat 23.11.2021.

⁷⁴ *Ibidem.*

⁷⁵ Pentru o analiză detaliată cu privire la consimțământ, M. Dumitru, C.-S. Pristavu, *Consimțământul – un cameleon între temeiurile prelucrării datelor cu caracter personal*, în Revista Română de Drept al Afacerilor, nr. 1/2021, pp. 26-49.

Revenind la consimțământ, întregul mecanism al protecției datelor personale se bazează pe consimțământul persoanei vizate. „Criteriul de bază al legislației Uniunii privind protecția datelor cu caracter personal este cel al unei decizii independente a unei persoane care este capabilă să ia decizii cu privire la utilizarea și la prelucrarea datelor sale. Cerința consimțământului este cea care îi permite să facă această alegere și care, în același timp, îl protejează în situații care sunt prin natura lor asimetrice.”⁷⁶. În literatura juridică⁷⁷ s-a considerat, însă, că în epoca digitalizării și a revoluției tehnologice, această abordare este *inadecvată*, putând conduce la lipsirea de orice rezultat a regulilor de protecție din GDPR.

Într-adevăr, persoana vizată își exprimă consimțământul în calitate de aderent într-un contract de adeziune⁷⁸ impus de cealaltă parte contractantă, care colectează datele (operatorul de date), contract care are diferite denumiri (*terms & conditions, terms of use, privacy policy, ș.a.*). Consimțământul este exprimat, de regulă, prin bifarea unei căsuțe. Persona vizată, în mod frecvent, nici nu conștientizează că este parte într-un contract, că a fost de acord ca datele să-i fie prelucrate în scopurile specificate, pe care, de regulă, nu le citește⁷⁹. Dacă i s-ar cere *acordul pentru comercializarea datelor personale*, folosindu-se în mod expres această terminologie, atunci cu siguranță că persoana vizată ar fi mai atentă în procesul bifării. Termenii ermetici, dificil de înțeles, folosiți de profesioniștii care colectează datele, nu oferă o imagine clară cu privire la ceea ce consimte persoana vizată ori referitor la *valoarea*⁸⁰ datelor pentru „colectorul” de date și pentru toți cei cu care acesta le partajează.

Consimțământul persoanei vizate, ca nucleu al protecției datelor personale, facilitează, de fapt, comerțul cu date⁸¹. „Colectorii” de date dispun de

⁷⁶ Concluziile avocatului general Maciej Szpunar la cauza *Orange România v. Autoritatea Națională de Supraveghere a Prelucrării Datelor cu Caracter Personal* (C-61/19), punctul 37.

⁷⁷ M. Durovic, F. Lech, *A Consumer Law Perspective on the Commercialization of Data*, în *European Review of Private Law*, vol. 29, nr. 5/2021, p. 719.

⁷⁸ Pentru detalii, C.T. Ungureanu, *The Romanian Adherent, Party to the Transnational Adhesion Contract*, în *Studies of Business Law - Recent Developments and Perspectives*, Peter Lang, Berlin, 2013, pp. 263-266; C.T. Ungureanu, *Drept internațional privat european în raporturi de comerț internațional*, Hamangiu Publishing House, Bucharest, 2021, pp. 33-37.

⁷⁹ K. Polanco, *Trimming the Fat: The GDPR as a Model for Cleaning up Our Data Usage*, în *Touro Law Review*, vol. 36, nr. 2/2020, p. 604, [Online] la: <https://digitalcommons.tourolaw.edu/lawreview/vol36/iss2/10>, accesat 26.11.2021.

⁸⁰ N. Kolt, *Return on Data: Personalizing Consumer Guidance in Data Exchanges*, în *Yale Law & Policy Review*, vol. 38, nr. 1/2020, pp. 77-149, [Online] la <https://digitalcommons.law.yale.edu/ylpr/vol38/iss1/2/>, accesat 26.11.2021.

⁸¹ E. Bietti, *The Discourse of Control and Consent over Data in EU Data Protection Law and Beyond*, p.4, [Online] la: <https://www.hoover.org/research/discourse-control-and-consent-over-data-eu-data-protection-law-and-beyond>, accesat 24.11.2021.

un întreg arsenal de clauze cu „căsuțe” corespunzătoare, pe care persoana vizată se grăbește să le bifeze pentru a obține acces la informații sau servicii digitale.

În ceea ce privește datele nepersonale⁸², transmiterea lor are la bază, în principal, norme din domeniul proprietății intelectuale sau al secretelor comerciale⁸³. Astfel, bazele de date pot fi protejate prin *dreptul de autor*, dacă reprezintă o creație intelectuală proprie, prin alegerea sau dispunerea elementelor. Nu intră sub protecția dreptului de autor conținutul bazei de date. Asupra conținutului bazei de date este recunoscut un drept *sui generis*, în condițiile stipulate în art. 7 din Directiva 96/9/CE⁸⁴. CJUE, în cauza *Ryanair v. PR Aviation* (C-30/14), a stabilit că o bază de date, care nu este protejată nici prin dreptul de autor, nici prin dreptul *sui generis*, îl îndreptățește pe creatorul acesteia să impună *limitări contractuale* privind utilizarea acesteia de către terți. CJUE nu a explicat, însă, care este temeiul juridic al dreptului creatorului bazei de date neprotejate de a impune condiții contractuale.

2.2. Rolul brokerului de date în comerțul cu date

O cale de comercializare a datelor, așa cum am arătat mai sus, este *transmiterea* unor seturi de date contra cost către *brokerii* de date.

Comerțul cu date se desfășoară în două faze: *comerțul primar* cu date, în care operatorul de date colectează date din diferite surse (dacă sunt date cu caracter personal, le colectează de la persoana vizată; de exemplu, persoana fizică furnizează date personale în schimbul unor servicii digitale, în accepțiunea Directivei 2019/770) și *comerțul secundar cu date*, în care operatorul de date transferă date unui terț⁸⁵ sau îi dă acces la date, de exemplu, unui *broker* de date. În comerțul secundar datele circulă în seturi de date, de regulă, după ce acestea au fost combinate, analizate, transformate.

Furnizorii de servicii online, fie că se numesc societăți de comerț electronic (*e-commerce corporations*), cyber-intermediari sau au altă denumire, au cel puțin trei caracteristici comune: sunt dependenți de Internet, au un număr foarte mare de utilizatori și mercantilează datele digitale, frecvent personale⁸⁶. Un rol important în comerțul cu date îl are *brokerul* de date.

⁸² Nu vom trata pe larg aceste aspecte în prezenta lucrare.

⁸³ Directiva (UE) 2016/943 a Parlamentului European și a Consiliului din 8 iunie 2016 privind protecția *know-how*-ului și a informațiilor de afaceri nedivulgate (secrete comerciale) împotriva dobândirii, utilizării și divulgării ilegale, JO L 157/1, 15.6.2016.

⁸⁴ Directiva 96/9/CE privind protecția juridică a bazelor de date, transpusă în legislația națională prin includerea în Legea 8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe, M. Of., Partea I, nr. 60, 26.3.1996, cu modificările ulterioare.

⁸⁵ V. Janeček, G. Malgieri, *op. cit.*, p. 933.

⁸⁶ R. Wentrup, P. Ström, *Online Service Providers: A New and Unique Species of the Firm?*, p. 157, în M. Taddeo, L. Floridi (eds.), *The Responsibilities of Online Service Providers*, Springer, 2017.

2.2.1. Cine este *brokerul de date* și ce rol joacă în comerțul cu date?

Brokerii de date sunt societăți/profioniști care sunt specializați în colectarea datelor (personale și nepersonale), pe care le vând/acordă licență altor societăți interesate, mai ales din industria de marketing/publicitate comercială⁸⁷. În legislația UE nu există prevederi referitoare la *brokerii* de date.

În 2018, în două state americane, California și Vermont⁸⁸, au fost adoptate reglementări în care sunt definiți *brokerii* de date și în care sunt stabilite obligații în sarcina acestora în vederea protecției datelor consumatorilor, pe care comercializează. *Brokerul* de date este definit ca fiind un profesionist, care în mod voluntar colectează și vinde sau transmite în temeiul unei licențe date cu caracter personal unor terți, date ce provin de la consumatori cu care *brokerul* nu are o legătură directă⁸⁹. Potrivit reglementării din Vermont, *brokerii* de date sunt obligați să se înregistreze într-un registru special constituit⁹⁰.

Activitatea *brokerilor* de date este *quasi-necunoscută* publicului, pentru că acești profesioniști acționează din umbră⁹¹. *Brokerii* de date cu o activitate susținută în industria datelor sunt, de exemplu, Acxiom⁹², parte a Interpublic Group, cu sediul în SUA, care este un grup de societăți de marketing⁹³ considerat a fi unul dintre cele mai mari patru în lume (*The Big Four*), alături de Omnicom Group (cu sediul în SUA)⁹⁴, Publicis Group (cu sediul la Paris, Franța)⁹⁵ și WPP (cu sediul la Londra, UK)⁹⁶.

Pentru a ilustra rolul *brokerului* de date, vom descrie ceea ce experimentăm de fiecare dată când accesăm o pagină de Internet⁹⁷ și are loc o licitație în timp real (RTB - *real-time bidding*) prin care se urmărește postarea de anunțuri publicitare în spațiile de publicitate de pe pagina *web* accesată. Astfel, când utilizatorul scrie adresa paginii căutate în *web browser*, de exemplu Google,

⁸⁷ B.A. Martin, *The Unregulated Underground Market for Your Data: Providing Adequate Protections for Consumer Privacy in the Modern Era*, în *Iowa Law Review*, vol. 105, nr. 2/2020, p. 869, [Online] la: <https://ilr.law.uiowa.edu/print/volume-105-issue-2/the-unregulated-underground-market-for-your-data-providing-adequate-protections-for-consumer-privacy-in-the-modern-era/>, accesat 19.11.2021.

⁸⁸ *Idem*, p. 880-884.

⁸⁹ *Idem*, p. 882.

⁹⁰ *Idem*, p. 884.

⁹¹ *Idem*, p. 867.

⁹² [Online] la: <https://www.acxiom.com/>, accesat 20.11.2021.

⁹³ [Online] la: <https://www.interpublic.com/>, accesat 20.11.2021.

⁹⁴ [Online] la: <https://www.omnicomgroup.com/>, accesat 20.11.2021.

⁹⁵ [Online] la: <https://www.publicisgroupe.com/en>, accesat 20.11.2021.

⁹⁶ [Online] la : <https://www.wpp.com/>, accesat 20.11.2021.

⁹⁷ Descrierea aparține autorului B. Jade Ngoc Bich, *Data brokers facing the new GDPR. A legal analysis of the effects of the GDPR on the processing of personal data by data brokers*, Master thesis, Faculty of Law, University of Oslo, p. 2-3, [Online] la: <https://www.duo.uio>, accesat 8.05.2018.

acesta se conectează cu un server de publicitate (*ad server*), care la rândul lui se conectează cu o platformă care oferă publicitate; platforma trimite o notificare unui alt server, *ad exchange*, care trimite invitații la licitație societăților de publicitate înregistrate în *ad exchange*, împreună cu informații/date despre utilizator; societățile de publicitate licitează pentru spațiu publicitar pe pagina *web* accesată, bazându-se pe informațiile/datele despre utilizator, date ce reprezintă o combinație între datele primite de la *ad exchange* și alte date pe care societatea le are despre utilizator din alte surse. Informațiile despre utilizator permit societăților de publicitate să evalueze cuantumul pe care îl vor licita, pentru că aceste date arată cât de eficientă este publicitatea pentru utilizatorul respectiv. Cantitatea de date disponibile cu privire la un anumit utilizator și mijloacele avansate de prelucrare și analiză a datelor, prin utilizarea de algoritmi și AI (inteligentă artificială) permit societăților de publicitate să direcționeze eficient anunțurile publicitare. *Datele furnizate în procesul de licitație provin de la brokerii de date și de la platformele care se ocupă de managementul datelor, care urmăresc utilizatorii, de regulă, prin intermediul cookies.*

Brokerii de date obțin date din diverse surse⁹⁸: *open data* (diferite registre publice, cum ar fi de exemplu, portalul instanțelor de judecată, portalul declarațiilor de avere, portalul executorilor judecătorești, ș.a. și alte surse publice disponibile) și surse private comerciale, care provin de la societăți private care încheie contracte cu *brokerii de date* prin care le transmit de exemplu, liste de clienți, istoricul cumpărăturilor online, aceste societăți monitorizând comportamentul utilizatorilor online, prin *cookies* sau alte modalități de urmărire *online*.

Brokerii de date încheie contracte cu societățile-surse de date, cele mai frecvent folosite fiind contractele de furnizare de date (*data supply contracts*), de licență (*data licensing agreements*) și de revânzare (*data reseller agreements*)⁹⁹. Contractele, de regulă, conțin prevederi cu privire la faptul că datele au fost în mod legal obținute, că utilizatorii/persoanele vizate de la care provin datele au fost informați cu privire la transmiterea datelor lor unor terți, cu care operatorul de date care le colectează, colaborează și că utilizatorilor li s-a dat posibilitatea de a exprima un consimțământ negativ cu privire la transmiterea datelor lor către terți (*opt-out*).

Datele pe care *brokerii* le primesc prin contracte sunt de o mare diversitate, de aceea, pentru a fi utile în publicitatea online sunt prelucrate, analizate și sortate pe categorii¹⁰⁰, creându-se profiluri ale utilizatorilor. Conform art. 4 (4) din GDPR crearea de profiluri „înseamnă orice formă de prelucrare automată a datelor cu caracter personal care constă în utilizarea datelor cu caracter personal pentru a evalua anumite aspecte personale referitoare la o persoană fizică, în special pentru a analiza sau prevedea aspecte privind performanța la locul de

⁹⁸ *Idem*, p. 13-15.

⁹⁹ *Idem*, p. 15.

¹⁰⁰ *Idem*, p. 17.

muncă, situația economică, sănătatea, preferințele personale, interesele, fiabilitatea, comportamentul, locul în care se află persoana fizică respectivă sau deplasările acesteia”.

Prin crearea de profiluri, *brokerii* de date sau alte societăți care se ocupă numai de analiza datelor (*data management platforms*) transformă datele-materie primă într-un „produs” nou. Asta înseamnă că datele cu privire la prelucrarea cărora utilizatorul și-a dat consimțământul se modifică. Datele prelucrate de *brokeri* sunt *pseudonimizate*, astfel încât să poată fi utilizate pentru identificarea persoanelor vizate, altfel nu ar fi utile pentru societățile de publicitate.

GDPR se aplică *brokerilor* de date, indiferent dacă aceștia își au sediul în UE sau în afara UE și indiferent unde are loc prelucrarea datelor, deoarece art. 3 GDPR are un efect extrateritorial, aplicându-se și operatorilor de date/împuterniciților operatorilor de date care nu sunt stabiliți în UE, atunci când activitățile de prelucrare a datelor sunt legate de oferirea de bunuri sau servicii persoanelor vizate din UE, indiferent dacă se solicită sau nu efectuarea unei plăți de către persoana vizată sau dacă le monitorizează comportamentul în UE.

Brokerii de date sunt operatori de date, deoarece prelucrează date personale în propriul lor interes, alegând sursele de date, modalitățile de analiză a datelor, societățile cărora le furnizează datele prelucrate. Chiar dacă datele personale au fost colectate de societățile sursă în alte scopuri, *brokerii* determină scopul utilizării lor ulterioare.

2.2.2. Brokerii de date prelucrează *legal* datele personale?

Persoana vizată își dă *consimțământul* pentru ca datele sale să fie *prelucrate* pentru unul sau mai multe *scopuri specifice* [art. 6 (1) (a) GDPR]. Societățile-sursă a datelor personale trebuie să obțină de la persoanele vizate consimțământul pentru prelucrarea datelor lor *și de către terțe persoane*. Altfel *brokerii* care, de regulă, nu colectează direct date de la persoanele vizate, nu pot prelucra datele în mod legal, neavând consimțământul acestora. Conform art. 7 (1) GDPR „operatorul trebuie să fie în măsură să demonstreze că persoana vizată și-a dat consimțământul pentru prelucrarea datelor sale cu caracter personal”, fără a specifica în ce context a fost exprimat (în raporturile cu operatorul-sursă sau nu).

De exemplu, un utilizator al serviciilor de email *Yahoo*, își dă consimțământul cu privire la prelucrarea datelor lui la data creării contului/înregistrării și pe parcursul derulării contractului, de fiecare dată când primește notificări de modificare a clauzelor contractuale (*Terms of Service*). În prezent, utilizatorul *Yahoo*, care și-a dat acordul pentru prelucrarea datelor lui de către *Yahoo* și de către toate societățile care formau grupul din care făcea parte *Yahoo*, și anume *Verizon Media* și alți parteneri contractuali, din 1 septembrie 2021, întrucât *Yahoo* și *Verizon Media* au fost absorbite (prin *Complete Acquisition*) de *Apollo Global*

Management și afiliații acesteia *Apollo Funds*¹⁰¹ se consideră că și-a exprimat consimțământul pentru prelucrarea datelor lui de către succesorul Yahoo și toți partenerii lui. Printre acești parteneri se numără și așa numiții *trusted partners*, a căror listă poate fi consultată printr-un *hyperlink* din *Privacy Policy*¹⁰² și care este extrem de lungă¹⁰³; dacă utilizatorii *Yahoo* ar accesa aceste informații (pentru că nu o fac) poate nu le-ar acorda încrederea pe care *Yahoo/Apollo Funds* le-o oferă. În secțiunea 6 din *Privacy Policy*¹⁰⁴ se află regulile de *partajare* a

¹⁰¹ [Online] la: <https://www.yahoo.com/press/apollo-funds-complete-acquisition-of-yahoo/>, accesat 25.11.2021.

¹⁰² [Online] la: <https://legal.yahoo.com/us/en/yahoo/privacy/index.html>, accesat 25.11.2021.

¹⁰³ [Online] la: <https://legal.yahoo.com/us/en/yahoo/privacy/topics/thirdparties/index.html>, accesat 25.11.2021.

¹⁰⁴ Secțiunea 6, intitulată *How We Share This Information*, adică datele cu caracter personal, cuprinde terțele persoane care pot prelucra datele, cu multe *hyperlink*-uri, care vor fi evidențiate ca atare, pentru a arăta că utilizatorul trebuie să-și reserve un timp considerabil pentru a fi informat și pentru a-și putea exprima consimțământul în cunoștință de cauză: „Yahoo shares information within its affiliated brands and companies. We also share information we have about you for the purposes described in this Privacy Policy, including to provide Services that you have requested (including when you connect with third-party apps and widgets). We do not sell, license or share information that individually identifies our customers with companies, organizations or individuals outside of Yahoo unless one of the following circumstances applies: *With Your Consent*. We will share information with companies, organizations or individuals outside of Yahoo when we have your consent. *Within Yahoo*. Information may also be shared within Yahoo, including with other Yahoo Services and affiliates. Yahoo affiliates may use the information in a manner consistent with their privacy policies. *With Partners*. We may share your information with nonaffiliated companies who are: *Trusted Partners*. We provide user information to trusted partners who work on behalf of or with Yahoo based on our directions and in compliance with appropriate confidentiality measures. Learn more. *Advertising, Analytics and Business Partners (Limited to Non-Personally Identifiable Information)*. We may share aggregated or pseudonymous information (including demographic information) with partners, such as publishers, advertisers, measurement analytics, apps, or other companies. For example, we may tell an advertiser how its ads performed or report how many people installed an app after seeing a promotion. We do not share personally identifiable information (like phone number or email address) with these partners, such as publishers, advertisers, ad agencies, or analytics partners. When you use third-party apps, websites or other products integrated with our Services, they may collect information about your activities subject to their own terms and privacy policies. We allow other companies that show advertisements on our webpages or apps to collect information from your browsers or devices. Other companies' use of cookies and other data collection technologies are subject to their own privacy policies, not this one. Like many companies, we may allow cookie matching with select partners. But, these parties are not authorized to access Yahoo cookies.”

datelor utilizatorului din UE, specificându-se (în secțiunea 10) că datele pot fi prelucrate și de terți cu interese legitime, iar persoana vizată își dă consimțământul pentru asta.

Potrivit art. 5 (1) (b) GDPR datele personale trebuie colectate în *scopuri determinate, explicite și legitime* și nu trebuie prelucrate ulterior într-un mod *incompatibil* cu aceste scopuri. Când *brokerul* de date sau o altă societate din sectorul managementului datelor analizează datele personale utilizând metode sofisticate care includ algoritmi bazați pe inteligența artificială, poate ajunge la rezultate/scopuri neavute în vedere, uneori nici măcar imaginate la momentul colectării datelor, nici de operatorul de date, nici de persoana vizată¹⁰⁵. Scopul prelucrării datelor personale joacă un rol esențial în GDPR. Limitând scopul prelucrării datelor, persoana vizată ar putea avea un oarecare control asupra propriilor date, ceea ce ar avea efecte și asupra concurenței comerciale între societățile din industria datelor. Dacă se poate dovedi că prelucrarea ulterioară a datelor de către *brokerii* de date nu este incompatibilă cu scopurile inițiale, atunci *brokerii* de date se consideră că acționează legal.

Pentru a stabili dacă *brokerii* de date acționează licit sau ilicit este nevoie de o analiză cronofagă și care pare fără sfârșit, trecând de la un *hyperlink* la altul, fără a afla într-un final răspunsul căutat. În orice caz, persoana vizată sau orice altă persoană interesată de legalitatea activității *brokerului* de date ori a oricărui alt profesionist din industria datelor, fie va determina analizarea problemei în cadrul unui *litigiu* (când instanța statală sau tribunalul arbitral va stabili în funcție de probatoriul administrat), fie va face o cercetare teoretică, utilă pentru a fi publicată sau care va servi profesioniștilor ce acționează pe piața datelor pentru a lua măsurile necesare (astfel încât activitatea lor să fie în limitele legalității). Șansele ca un simplu utilizator (persoană vizată, consumator sau orice calitate ar avea) să parcurgă toate informațiile legate de consimțământul pe care îl exprimă sunt aproape nule.

O abordare originală și care pare a da răspunsul potrivit pentru persoana vizată, preocupată de consimțământul exprimat, este aceea utilizată de *Acxiom*¹⁰⁶, care declară la secțiunea *Data Privacy*: „*Complying with the General Data Protection Regulation isn't enough. Use GDPR as a catalyst to strengthen your data governance program in ways that protect your brand and build consumer trust.*” Totuși, se pare, că declarația nu este susținută de măsuri adecvate.

¹⁰⁵ T.Z. Zarsky, *Incompatible: The GDPR in the Age of Big Data*, în *Seton Hall Law Review*, vol. 47/2017, p. 1006, [Online] la: <https://scholarship.shu.edu/shlr/vol47/iss4/2/>, accesat 20.11.2021.

¹⁰⁶ Informație disponibilă [Online] la: <https://www.acxiom.com/data-privacy-ethics/gdpr/>, accesat 25.11.2021.

Concluzii

Pot fi construite diverse teorii în care datele (personale sau nepersonale) să fie considerate bunuri sau nu, apropiabile sau nu, în care diferite tipuri de contracte să fie interpretate forțat pentru a fi adecvate transmiterii datelor unor parteneri contractuali, în încercarea de a „ajusta” realitatea, ca într-un pat al lui Procust¹⁰⁷, la conceptele care au devenit inutilizabile în contextul evoluției determinate de tehnologie. Aceste concepte au fost create pentru a reglementa relații sociale relativ stabile, într-un mediu caracterizat printr-o evoluție lentă, ce nu mai corespunde situației actuale¹⁰⁸. În prezent este nevoie de flexibilitate și deschidere spre noi abordări. Alternativa pare să fie acceptarea noilor situații și adaptarea, considerând că datele reprezintă o categorie *sui generis*, care formează obiectul unor contracte nenumite, ce, eventual, ar necesita o reglementare proprie.

Până când o asemenea reglementare va fi adoptată, comerțul cu date se desfășoară după regulile pieței. Chiar dacă juriștii refuză să trateze datele cu caracter personal ca obiect al dreptului de proprietate¹⁰⁹, piața o face deja.

Datele, indiferent de natura lor, reprezintă o marfă și, în același timp, o monedă de schimb pe piața mondială. Datele se vând și se cumpără, există *data brokers* și societăți multinaționale care au în proprietatea lor baze de date care fac obiectul unor contracte de natură comercială. Legislația adoptată la nivel european nu stabilește reguli privind comercializarea datelor, iar celelalte norme (care nu privesc direct comercializarea datelor), mai ales din GDPR, sunt interpretabile sau dificil de aplicat. În orice caz, GDPR nu poate sta în calea comerțului cu date (cu caracter personal). Chiar dacă giganții colectori de date sunt obligați să plătească amenzi uriașe pentru nerespectarea prevederilor GDPR¹¹⁰, veniturile obținute din comercializarea datelor sunt atât de mari, încât amenzile merită plătite.

¹⁰⁷ Procust (în limba greacă, Προκρούστης –Prokroustis) a fost un tâlhar în mitologia greacă, ce îi obliga pe drumeții pe care îi tâlhărea să se întindă în unul dintre cele două paturi pe care le avea, unul mai lung, în care îi puneă pe drumeții scunzi și îi întindea ca să se potrivească cu măsurile patului și altul mai scurt, în care îi puneă pe drumeții mai înalți și le reteza membrele și capul ca să încapă în pat. În acest sens, a se vedea, Mitologia greacă, Ediția Savalas, Atena, Grecia, 2003, p. 173 (în limba greacă, Ελληνική Μυθολογία, Εκδόσεις Σαββάλας, Αθήνα, Ελλάδα, 2003, σ. 173).

¹⁰⁸ M.D. Fenwick, W.A. Kaal, E.P.M Vermeulen, *Regulation Tomorrow: What Happens When Technology Is Faster than the Law?*, în *American University Business Law Review*, vol. 6 nr. 3/2017, p. 590, [Online] la: <https://digitalcommons.wcl.american.edu/aublrvol6/iss3/1/>, accesat 25.11.2021.

¹⁰⁹ B. Lundqvist, *op. cit.*, p. 199.

¹¹⁰ De exemplu, Amazon a plătit în perioada 2019-2021 pentru încălcarea prevederilor referitoare la obținerea consimțământului utilizatorilor în ceea ce privește *cookies* 746 milioane euro, iar Google, 50 milioane de euro în aceeași perioadă ([Online] la:

Referințe

- Article 29 Working Party, Opinion 04/2007 on the Concept of Personal Data*, 01248/07/EN, WP 136, pp. 9-11, [Online]
- Banterle, F., *Data Ownership in the Data Economy: A European Dilemma*, August 1, 2018, p. 3, în *EU Internet Law in the digital era*, edited volume based on the REDA 2017 conference, Springer, 2018
- Bietti, E., *The Discourse of Control and Consent over Data in EU Data Protection Law and Beyond*, p. 4, [Online]
- Castillo Parrilla, J.A., *The Legal Regulation of Digital Wealth: Commerce, Ownership and Inheritance of Data*, în *European Review of Private Law*, Vol. 29, nr. 5/2021, p. 818, Kluwer Law International
- Chrobak, L., *Proprietary Rights in Digital Data? Normative Perspectives and Principles of Civil Law*, p. 254, în Bakhoun, M., et al. (eds.), *Personal Data in Competition, Consumer Protection and Intellectual Property Law*, MPI Studies on Intellectual Property and Competition Law, Springer, Germany, 2018, https://doi.org/10.1007/978-3-662-57646-5_10
- Comunicare a Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor, *Către o economie de succes bazată pe date* {SWD (2014) 214 final}, p. 4, [Online]
- Comunicare a Comisiei către Parlamentul European și Consiliu, *Orientări referitoare la Regulamentul privind un cadru pentru libera circulație a datelor fără caracter personal în Uniunea Europeană*, Bruxelles, 29.5.2019 COM (2019) 250 final., [Online]
- Comunicare a Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor, *Construirea unei economii europene a datelor*, {SWD (2017) 2 final}, Bruxelles, 10.1.2017 COM (2017) 9 final, p. 11, [Online]
- Concluziile avocatului general Maciej Szpunar la cauza *Orange România v. Autoritatea Națională de Supraveghere a Prelucrării Datelor cu Caracter Personal* (C-61/19)
- De Franceschi, A., Lehmann, M., *Data as tradeable commodity and new measures for their protection*, în *The Italian Law Journal*, vol. 1, nr. 1/2015, pp. 51-72
- Dumitru, M., *Există un drept de opțiune între temeiurile prelucrării datelor cu caracter personal potrivit Regulamentului 2016/679 privind protecția datelor?*, în *Revista română pentru protecția și securitatea datelor cu caracter personal*, nr. 1/2020, pp. 50-62
- Dumitru, M., Pristavu, C.-S., *Consimțământul – un cameleon între temeiurile prelucrării datelor cu caracter personal*, în *Revista Română de Drept al Afacerilor*, nr. 1/2021, pp. 26-49
- Durovic, M., Lech, F., *A Consumer Law Perspective on the Commercialization of Data*, în *European Review of Private Law*, vol. 29, nr. 5/2021, p. 719
- Durovic, M., Montanaro, M., *Data Protection and Data Commerce: friends or foes?*, *European Review of Contract Law*, vol. 17, nr. 1/ 2021, pp. 3-4, <https://doi.org/10.1515/ercl-2021-0001>
- European Commission, *Building a Data Economy in the European Union. Data. Innovation. Growth*, p.1., [Online]

<https://www.tessian.com/blog/biggest-gdpr-fines-2020/>, accesat 11.11.2021). WhatsApp a fost amendată în 2021 cu 229 milioane euro ([Online] la: <https://www.the-future-of-commerce.com/2021/10/06/gdpr-fines-europe-skyrocket/>, accesat 11.11.2021).

- Fenwick, M.D., Kaal, W.A., Vermeulen, E.P.M, *Regulation Tomorrow: What Happens When Technology Is Faster than the Law?*, în *American University Business Law Review*, vol. 6 nr. 3/2017
- Floridi, L., *Information: A Very Short Introduction*, Oxford University Press, 2010, p. 1 și urm.
- Floridi, L., *Is Semantic Information Meaningful Data?* în *Philosophy and Phenomenological Research*, vol. 70, nr. 2/2005, pp. 351-370, <https://doi.org/10.1111/j.1933-1592.2005.tb00531.x>
- Gervais, D., *Exploring the Interfaces Between Big Data and Intellectual Property Law*, în *Journal of Intellectual Property, Information Technology and E-Commerce Law (JIPITEC)*, nr. 10/2019
- Hoeren, T., *Big Data and the Ownership in Data: Recent Developments in Europe*, în *European Intellectual Property Review*, 2014, pp. 751-754
- Hoeren, T., Bitter, P., *Data Ownership is Dead: Long Live Data Ownership*, în *European Intellectual Property Law Review*, vol. 40, nr. 6/2018, pp. 347-348, [Online]
- Hugenholtz, B., *Against 'Data Property'*, pp. 48-71, în Ullrich, H., Drahos, P., Ghidini, G., (eds.), *Kritika: Essays on Intellectual Property*, vol. 3, Editura Edward Elgar, Cheltenham, 2018
- Jade Ngoc Bich, B., *Data brokers facing the new GDPR. A legal analysis of the effects of the GDPR on the processing of personal data by data brokers*, Master thesis, Faculty of Law, University of Oslo, pp. 2-3
- Janeček, V., Malgieri, G., *Commerce in Data and the Dynamically Limited Alienability Rule*, în *German Law Journal*, vol. 21, nr. 5/2020, p. 934 <https://doi.org/10.1017/glj.2020.47>
- Kolt, N., *Return on Data: Personalizing Consumer Guidance in Data Exchanges*, în *Yale Law & Policy Review*, vol. 38, nr. 1/2020, pp. 77-149
- Lundqvist, B., *Big Data, Open Data, Privacy Regulations, Intellectual Property and Competition Law in an Internet-of-Things World: The Issue of Accessing Data*, p. 192, în Bakhom, M., Conde Gallego, B., Mackenrodt, M.-O., Surblytė-Namavičienė, G., (eds.), *Personal Data in Competition, Consumer Protection and Intellectual Property Law Towards a Holistic Approach?*, Editura Springer, ebook, 2018
- Martin, B.A., *The Unregulated Underground Market for Your Data: Providing Adequate Protections for Consumer Privacy in the Modern Era*, în *Iowa Law Review*, vol. 105, nr. 2/2020
- Mourby, M., ș.a., *Are "Pseudonymised" Data Always Personal Data? Implications of the GDPR for Administrative Data Research in the UK*, în *Computer Law & Security Review* nr. 34 /2018, p. 225, <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2018.01.002>,
- Neculaescu, S., *Discuții privind conceptul de obiect al contractului*, în *Dreptul* nr. 12/2011, p. 22
- Polanco, K., *Trimming the Fat: The GDPR as a Model for Cleaning up Our Data Usage*, în *Touro Law Review*, vol. 36, nr. 2/2020
- Shaffer, G., *Trade Law in a Data-Driven Economy: The Need for Modesty and Resilience*, în *World Trade Review*, vol. 20, nr. 3/2021, p. 259, <https://doi.org/10.1017/S1474745621000069>
- Śledziewska, K., Włoch, R., *Should We Treat Big Data as a Public Good?*, p. 267, în Mariarosaria Taddeo, Luciano Floridi (Eds.), *The Responsibilities of Online Service Providers*, Springer, 2017

- Stepanov, I., *Introducing a property right over data in the EU: the data producer's right – an evaluation*, în *International Review of Law, Computers & Technology*, vol. 34, nr. 1/2020, p. 67, <https://doi.org/10.1080/13600869.2019.1631621>
- Stoica, V., *Actualitatea ocupațiunii-mod originar de dobândire a dreptului de proprietate privată*, în *Dreptul* nr. 9/2005.
- Stoica, V., *Noțiunea de bun incorporeal în dreptul civil român*, p.7-8, [Online]
- Tataru, S.R., *Internet Cookies - fișierele cu răvaș juridic*, în *Analale Științifice ale Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași*, Tomul LXVI/Supliment, Științe Juridice, 2020, pp. 31-58.
- Trakman, L., Walters, R., Zeller, B., *Trade in Personal Data: Extending International Legal Mechanisms to Facilitate Transnational Trade in Personal Data?*, în *European Data Protection Law Review*, vol. 6, nr. 2/2020, p. 2. <https://doi.org/10.21552/edpl/2020/2/10>
- Ungureanu, C.T., *The Romanian Adherent, Party to the Transnational Adhesion Contract*, în *Studies of Business Law - Recent Developments and Perspectives*, Peter Lang, Berlin, 2013, pp. 263-266
- Ungureanu, C.T., *Drept internațional privat european în raporturi de comerț internațional*, Hamangiu Publishing House, Bucharest, 2021, pp. 33-37
- Wentrup, R., Ström, P., *Online Service Providers: A New and Unique Species of the Firm?*, p. 157, în Taddeo, M., Floridi, L., (eds.), *The Responsibilities of Online Service Providers*, Springer, 2017
- Zarsky, T.Z., *Incompatible: The GDPR in the Age of Big Data*, în *Seton Hall Law Review*, vol. 47/2017,
- Zech, H., *Data as a Tradeable Commodity*, în De Franceschi, A., (ed.), *European Contract Law and the Digital Single Market, Implications of the Digital Revolution*, Cambridge, Intersentia, 2016, <https://doi.org/10.1017/9781780685212>
- Zech, H., *A Legal Framework for a Data Economy in the European Digital Single Market: Rights to Use Data*, în *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, vol. 11, nr. 6/2016, pp. 460-470, <https://doi.org/10.1093/jiplp/jpw049>
- Zech, H., *Data as a Tradeable Commodity – Implications for Contract Law*, September 2017, p. 7, în Drexler, J., (ed.), *Proceedings of the 18th EIPIN Congress: The New Data Economy between Data Ownership, Privacy and Safeguarding Competition*, Edward Elgar Publishing
- Zwattendorfer, B., Stranacher, K., Tauber, A., Reichstädter, P., *Cloud Computing in E-Government across Europe A Comparison*, pp. 181-195, în Kö A., Leitner C., Leitold H., Prosser A. (eds.) *Technology-Enabled Innovation for Democracy, Government and Governance*, 2013, *Lecture Notes in Computer Science*, vol. 8061, Springer, Berlin, Heidelberg, https://doi.org/10.1007/978-3-642-40160-2_15