

디지털 플랫폼 연속포럼

【5차포럼】 디지털 광고와 애드 테크(II)

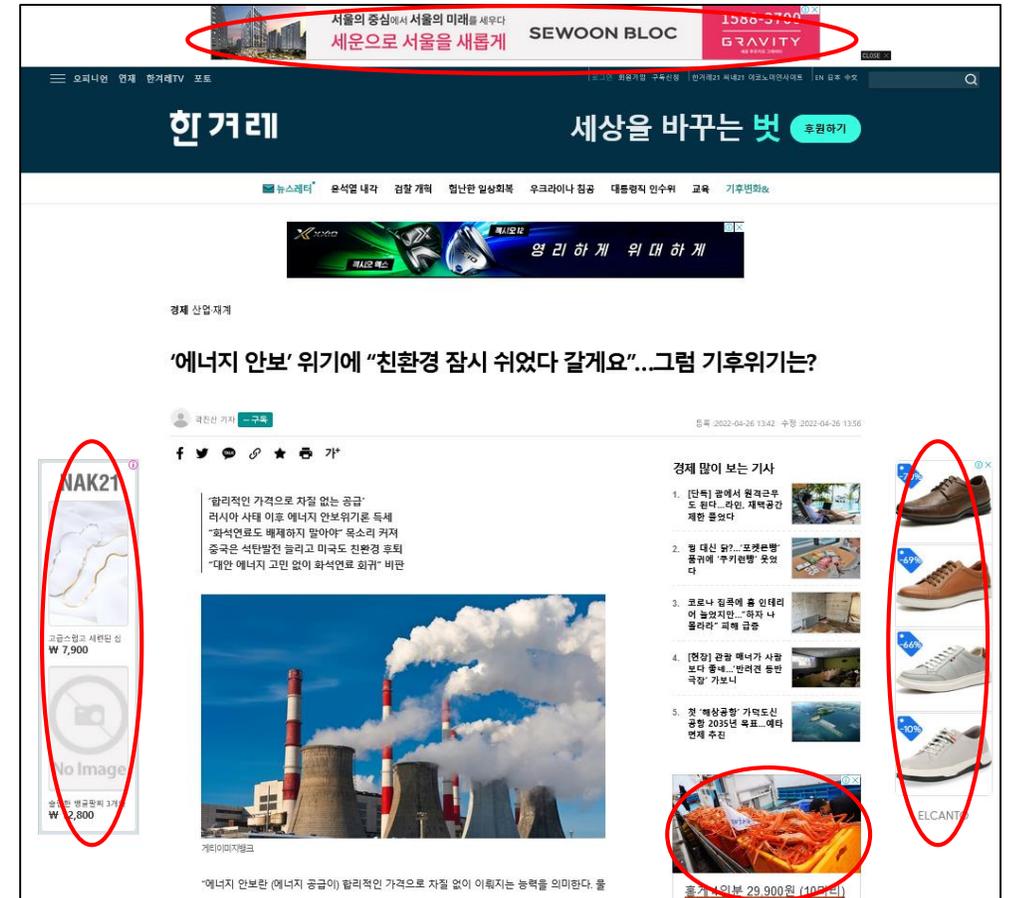
디지털 광고의 개인정보 침해와 규제 방안

오병일 / 진보네트워크센터

디지털 광고와 개인정보

디지털 광고의 종류

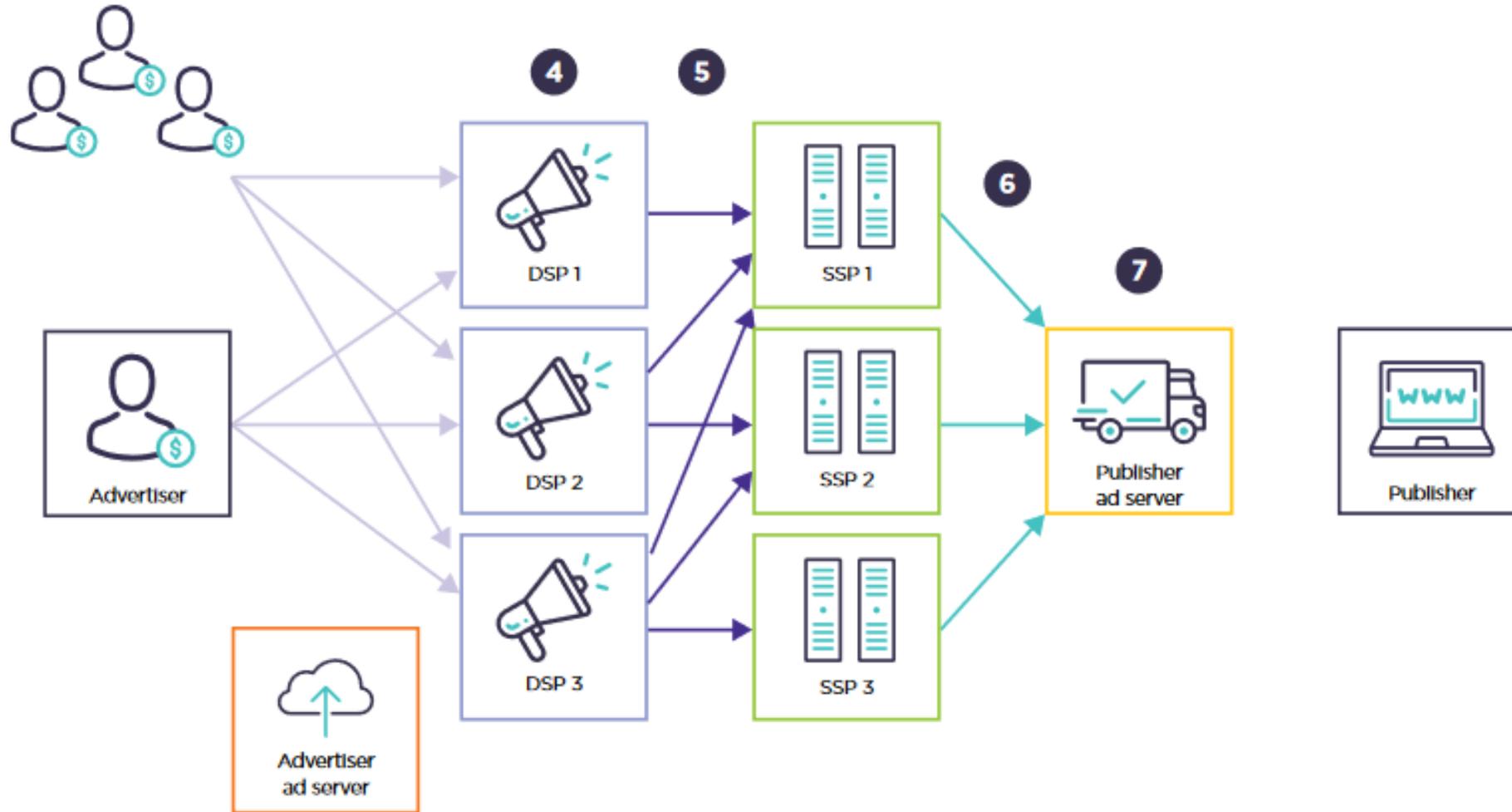
- ▶ 검색 광고 (Search Advertising) : 구글, 아마존, 네이버, 배달의민족 등 검색 광고
- ▶ 분류 광고 (Classified Advertising)
- ▶ 디스플레이 광고 (Display Advertising)
 - ▶ 배너 광고
 - ▶ 동영상 광고
- ▶ 소셜미디어 광고 (Social Media Advertising): 페이스북, 틱톡, 카카오톡 등



실시간 입찰 (Real-Time Bidding)

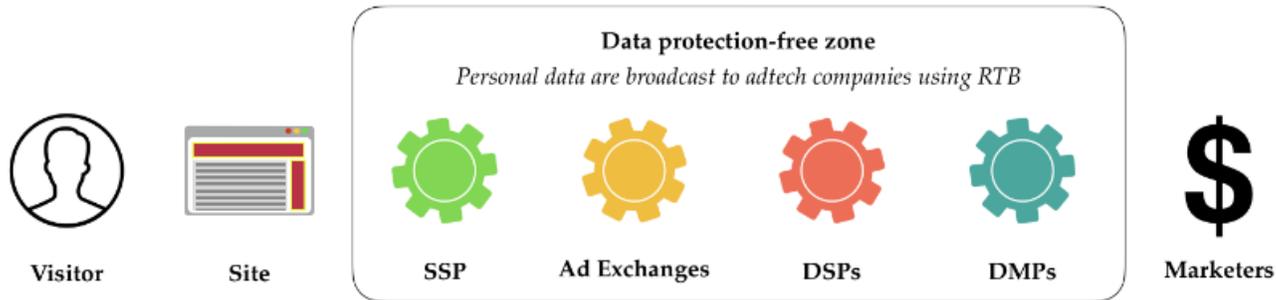
- ▶ 광고기술(AdTech)은 온라인 광고를 위해 (개인)정보를 분석, 관리하고 광고 거래를 자동화하는 도구를 의미.
- ▶ RTB는 실시간으로 (이용자의 브라우저에 웹 페이지가 로딩되는 것과 동시에) 가격 경매 방식으로 광고 공간과 광고의 거래를 가능하도록 하는 광고 기술
- ▶ 광고 기술 이해당사자
 - ▶ 광고주(Advertisers)
 - ▶ 게시자(Publisher) : 광고 공간(inventory)을 제공하는 웹사이트 및 앱
 - ▶ 공급측 플랫폼(SSPs)
 - ▶ 수요측 플랫폼(DSPs)
 - ▶ 데이터 관리 플랫폼 (DMP)

Figure 1.6: Advertiser bid flows for an open auction

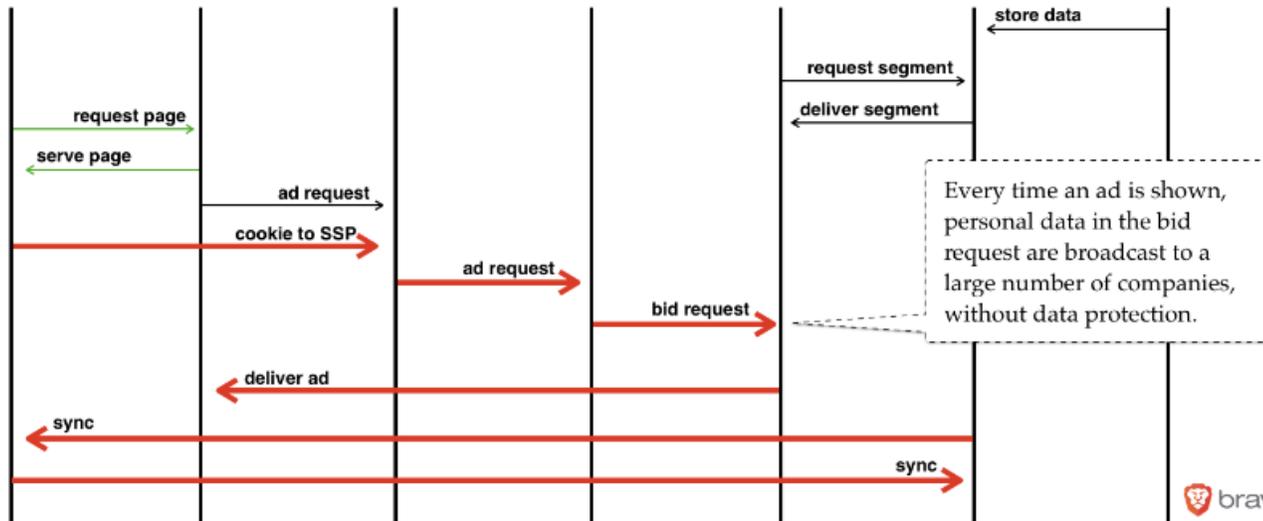


(출처 : ACCC, Digital advertising services inquiry - Final report, August 2021)

RTB와 개인정보의 흐름



광고에 대한 입찰 요청이 이루어질 때마다
개인정보가 수많은 업체들에게 전달된다.



(출처 : Dr Johnny Ryan, Behavioural advertising and personal data, 2018.)

RTB와 개인정보의 흐름

- ▶ 웹사이트(광고 공간 게시자)는 쿠키 등 추적 기술을 사용하여 이용자 및 기기 정보 수집
- ▶ 광고 입찰 요청을 할 때 수집된 정보가 함께 전송됨
- ▶ 이 정보에 기반하여 광고주 측은 입찰에 참여
- ▶ 낙찰된 광고가 이용자가 방문한 웹사이트에 표시됨
- ▶ 주요 RTB 프로토콜에는 OpenRTB, 구글의 'Authorized Buyers RTB' 등이 있음
- ▶ 더 정밀한 타게팅을 위해, 수집된 데이터를 다른 소스의 데이터와 결합하기도 함 (data augmenting, 혹은 enrichment)
- ▶ 개인정보를 포함한 입찰 요청은 낙찰 여부에 상관없이 모든 DSP에 전송됨. 낙찰되지 않은 경우에도 DSP가 수신한 데이터를 저장하고 다른 목적으로 사용할 가능성.

입찰 요청에 포함되는 개인정보

- ▶ 입찰 요청을 위한 고유 식별자
- ▶ 이용자 IP 주소
- ▶ 쿠키 ID
- ▶ 이용자 ID
- ▶ 이용자 브라우저 및 기기 유형
- ▶ 이용자의 위치
- ▶ 이용자의 시간대
- ▶ 이용자 시스템이 사용하는 언어
- ▶ 기기 유형(데스크탑, 브랜드, 모델명, 운영체제)
- ▶ 이용자 관련 기타 정보
- ▶ 이용자 관심사 유형
- ▶ 이전에 방문한 사이트
- ▶ 해당 사이트에서 이용자 움직임 (마우스 커서 등)
- ▶ 이용자 활동 (스크롤, 클릭, 미디어 시청 등)
- ▶ 위치
- ▶ 검색어
- ▶ 세션 시간
- ▶ 사이트 행동 (특정 주주에 대한 관심사, 다운로드 등)
- ▶ 인구통계적 데이터

쿠키

- ▶ 웹사이트를 방문할 때 웹사이트에서 이용자의 기기(컴퓨터나 스마트폰)에 심어놓는 작은 텍스트 파일.
- ▶ 쿠키의 종류

지속기간

- 세션 쿠키 (session cookies)
- 지속 쿠키 (persistent cookies) :

운영주체

- 자사 쿠키(First-party cookies)
- 제3자 쿠키(Third-party cookies)

운영목적

- 엄격히 필요한 쿠키 (Strictly necessary cookies)
- 선호 쿠키(Preference cookie), 기능 쿠키(functionality cookies)
- 통계 쿠키(Statistics cookies), 성능 쿠키(performance cookies)
- 마케팅 쿠키(Marketing cookies)

제3자 쿠키의 설치 방식

- ▶ 사용자 기능 제공 : Facebook 좋아요, 삽입된 Youtube 동영상
- ▶ 게시자에게 기능 제공 (사이트 접속 통계 등) : 구글 애널리틱스, 페이스북 픽셀
- ▶ 광고 표시 시스템이 설치

유럽연합에서 쿠키에 대한 규율

- ▶ GDPR과 ePrivacy 지침 준수 필요
- ▶ 엄격히 필요한 쿠키를 제외하고, 쿠키 사용 전에 **이용자 동의**를 받아야 함
- ▶ 동의 : 자유로운, 특정된, 충분한 정보에 기반한, 명확한 정보주체의 의사표시
- ▶ 평이한 언어로 쿠키가 수집하는 데이터 및 목적에 대해 정확하고 구체적인 **정보 제공**
- ▶ 이용자 동의의 문서화 및 저장
- ▶ 특정 쿠키 사용을 거부하더라도 서비스에 접근할 수 있도록 허용
- ▶ 동의만큼 **동의 철회도 쉽게** 제공

Our use of cookies

We use necessary cookies to make our site work. We'd also like to set analytics cookies that help us make improvements by measuring how you use the site. These will be set only if you accept.

For more detailed information about the cookies we use, see our [Cookies page](#). 

Accept all cookies

Reject all cookies

Necessary cookies

Necessary cookies enable core functionality such as security, network management, and accessibility. You may disable these by changing your browser settings, but this may affect how the website functions.

Analytics cookies

We'd like to set Google Analytics cookies to help us improve our website by collecting and reporting information on how you use it. The cookies collect information in a way that does not directly identify anyone. For more information on how these cookies work please see our 'Cookies page'.

Save and close



Commissioner's Office

The UK's independent authority set up to uphold information rights in the public interest, promoting openness by public bodies and data privacy for individuals.



Your data matters

For organisations

Make a complaint

Action we've taken

About the ICO

Organisations / Guide to PECR / Guidance on the use of cookies and similar technologies

Guidance on the use of cookies and similar technologies

Share



Download options



Download this document



Download this guidance

What are cookies and similar technologies?

What are the rules on cookies and similar technologies?

How do the cookie rules relate to GDPR?

How do we comply with the rules?

What else do we need to know?

The Privacy and Electronic Communications Regulations (PECR) cover the use of cookies and similar technologies for storing information, and accessing information stored, on a user's equipment such as a computer or mobile device.

This guidance addresses cookies and similar technologies in detail. Read it if you operate an online service, such as a website or a mobile app, and need a deeper understanding of how PECR applies to your use of cookies.

If you haven't yet read the [Cookies page in the Guide to PECR](#), you should read that first. It sets out the key points you need to know.

Contents

What are cookies and similar technologies?

- [What are 'cookies'?](#)
- [How are cookies used?](#)
- [What are 'session' and 'persistent' cookies?](#)
- [What are 'first party' and 'third party' cookies?](#)
- [What are 'similar technologies'?](#)

What are the rules on cookies and similar technologies?

- [What does PECR say about cookies and similar technologies?](#)

디지털 광고의 개인정보 침해 위험

- ▶ 이용자에 대한 프로파일링 및 자동화된 의사결정
- ▶ 민감정보를 포함한 대규모 개인정보의 처리
- ▶ 혁신적인 신기술의 사용
- ▶ 개인정보의 결합
- ▶ 이용자의 위치 및 행태에 대한 추적
- ▶ 개인정보 처리의 적법 근거 미흡

타겟 광고를 위한 이용자 추적 실태

(출처 : 노르웨이 소비자보호원, Out of control - How consumers are exploited by the online advertising industry, 2020.)

- ▶ 한 연구에 따르면, 웹사이트는 평균적으로 최소 34개의 제3자에게 데이터 전송
- ▶ 또다른 연구에 따르면, 100만개의 모바일 앱은 평균적으로 10개의 제3자에게 데이터 전송
- ▶ 데이터를 수신받은 제3자 업체는 또 다른 업체(제4자)에 이용자 데이터 전송
- ▶ 인기앱 10개 조사 결과, 광고 및 행태 분석을 위해 최소 135개의 서로 다른 제3자에게 이용자 개인정보 전송
- ▶ 안드로이드 광고 ID는 최소 70개의 제3자에게 전송 : 광고 ID는 (IP주소, 기기 식별자와 마찬가지로) 서로 다른 기기에서 동일한 사용자 식별을 위한 영구 식별자 기능
- ▶ 에드테크 업체는 쿠키 동기화, ID 동기화를 통해 서로 다른 식별자 연결

App	Number of third parties receiving Advertising ID
 Clue	4
 Grindr	18
 Happn	2
 Muslim: Qibla Finder	5
 My days	5
 My Talking Tom 2	8
 OkCupid	3
 Perfect365	16
 Tinder	5
 Wave Keyboard	4

디지털 광고의 개인정보 침해 규제 동향

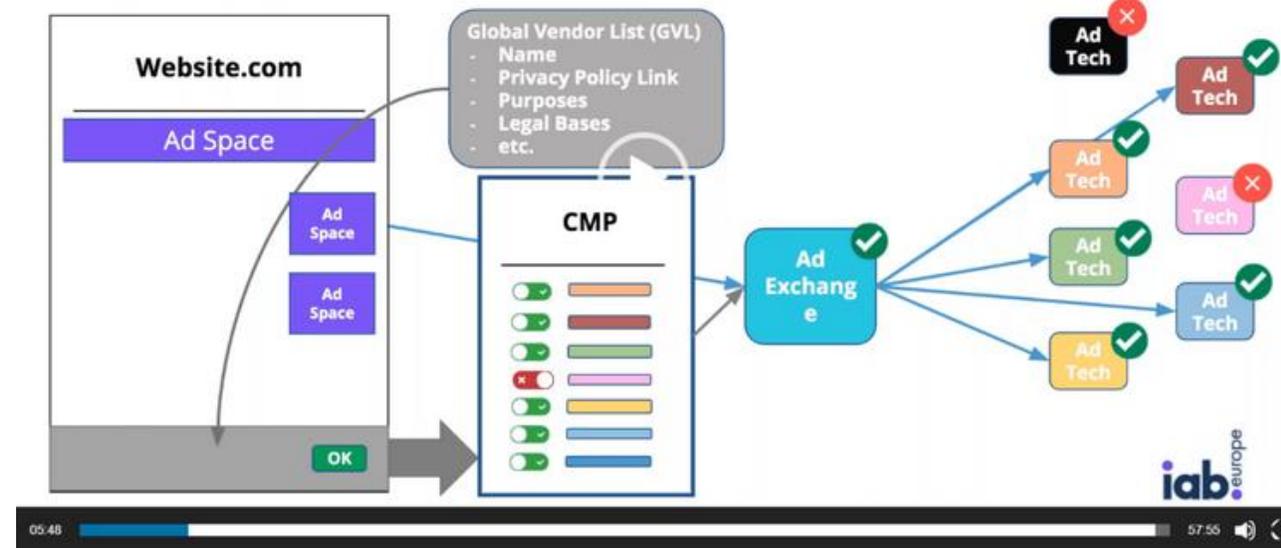
벨기에, IAB 유럽의 TCF에 GDPR 위반 결정

- ▶ 진정인 : Johnny Ryan, Panoptikon Foundation, Bits of Freedom 등
- ▶ 피진정인 : 국제광고협회(IAB) 유럽
- ▶ 2022.2.2 벨기에 DPA는 27개 개인정보 감독기구의 동의 하에 IAB 유럽의 '투명성 및 동의 프레임워크 (TCF)'가 GDPR 위반이라고 결정
- ▶ 25만 유로 과징금 부과, 2달 내에 시정조치 계획 요구.

투명성 및 동의 프레임워크 (TCF)

- ▶ OpenRTB는 IAB Tech Lab과 IAB가 개발한, 디지털 광고의 실시간 입찰을 위한 표준 프로토콜
- ▶ OpenRTB에 투명성과 책임성을 제공하고, GDPR 및 ePrivacy 지침 준수를 위해 IAB 유럽이 개발.
- ▶ IAB 유럽이 생성, 관리하는 정책 문서, 기술적 사양, 이용 약관 등으로 구성되어 있음.
- ▶ 동의 관리 플랫폼 (CMP): 쿠키 등에 대한 이용자의 동의, 설정 수집
- ▶ TC String : 이용자의 기본 설정을 구조화되고 자동화된 방식으로 나타낸 문자열.

HOW THE TCF HELPS?



(출처 : <https://www.wpreviewtips.com/tcf-v2-0/>)

벨기에 DPA의 판단

- ▶ IAB 유럽은 (공동) 개인정보 처리자 : IAB 유럽이 TCF에 따른 처리의 목적과 방법 결정. 직접 개인정보를 처리해야 하는 것은 아님.
- ▶ IAB 유럽의 신호 문자열(TC String) 처리 근거 부재 : TC String 처리 전에 동의 필요
- ▶ TCF는 참여 업체(vendors)에게 신호 문자열 처리를 위한 법적 기반 제공 미흡 : 동의 요건 불충분, 정당한 이익은 직접 마케팅을 위한 근거가 될 수 없음.
- ▶ CMP를 통해 사용자에게 제공되는 정보는 너무 일반적이고 모호함
- ▶ 개인정보 기본 설계 및 기본 설정 원칙에 따른 조직적 및 기술적 조치 미이행 : 참여 업체의 규칙 준수를 보장할 조치 불충분
- ▶ DPO 임명, 내부 데이터 처리 활동 등록부 유지, 개인정보 영향평가 수행 등 미이행
- ▶ IAB 유럽은 TC String 이 개인정보가 아니며 자신은 처리자가 아니라고 주장

벨기에 DPA의 처분

- ▶ 25만 유로의 과징금, 2달 내에 시정조치 계획 제출 및 최대 6개월 내 이행기간 부여
- ▶ 시정요구
 - ▶ GDPR 준수를 보장하기 위해 TCF에 참여하는 업체에 대한 **엄격한 검사**
 - ▶ TCF 시스템에 의해 이미 처리된 **개인정보의 영구적 삭제**
 - ▶ 신호 문자열을 통한 개인정보의 처리 및 유포의 **유효한 법적 기반 수립**
 - ▶ TCF에 참여하는 단체들이 처리의 근거로 **정당한 이익 사용 금지**

노르웨이 DPA, Grindr에 과징금 부과

- ▶ 결정 일시 : 2021년 12월 13일
- ▶ Grindr는 동성애자를 위한 위치 기반 소셜 네트워킹 앱
- ▶ 2020년에 노르웨이 소비자 위원회(Norwegian Consumer Council)가 진정
- ▶ 행동 광고 목적으로 GPS 위치, IP 주소, 광고 ID, 성별, 사용자가 Grindr에 있는지 여부 등의 데이터 공유
- ▶ NOK 65,000,000 (약 6,500만 유로) 과징금 부과
- ▶ 위반 사항
 - ▶ 적법 근거없이 제3자에게 개인정보 제공(제6조 위반) : 광고 목적 개인정보 [제공을 전체 개인정보 정책에 대한 동의와 번들로](#) 제시, 정보 주체에 제공한 정보의 모호성
 - ▶ 민감 정보의 처리 (제9조 위반) : [Grindr의 이용자라는 사실 자체가 성적 지향을 나타내](#)므로 민감정보임

RTB 시스템에 대한 GDPR 위반 진정

- ▶ RTB 시스템은 광고 입찰 요청 과정에서 민감한 개인정보를 수천개의 업체에 제공
- ▶ 2018.9.12. Dr Ryan (Brave), Open Rights Group, UCL(Universitv College London)이 영국 및 아일랜드 DPA에 진정
- ▶ 2019.5.20. 룩셈부르크, 벨기에 등 4개 국가에서 추가 진정
- ▶ 2019.5.22. 아일랜드 DPC, 구글 RTB 시스템에 대한 법정조사 실시 공지
- ▶ 2019.6.4. 프랑스, 독일 등 9개 국가에서 추가 진정
- ▶ 2019.6.20. 영국 ICO, 에드 테크에 대한 보고서 발간. 이 보고서는 에드 테크 산업의 개인정보 침해 위험성을 확인했으나 별다른 조치는 없었음.
- ▶ 2019.10.8. 벨기에 DPA, IAB를 조사하겠다고 서면 확인.

**"행동 광고 산업의 심장에
서 대량의 체계적인 개인정보
유출(data breach)이
발생하고 있다.**

- Dr Ryan

RTB 시스템에 대한 GDPR 위반 진정

- ▶ 2019.12.31. RTB 산업에 대한 ICO의 6개월 이행기간이 끝났지만 추가 조치 없었음.
- ▶ 2020.1.17. ICO는 RTB의 개인정보 침해에 대해 당장의 조치를 취하지 않을 것임을 공표.
- ▶ 2022.1.12. 아일랜드 DPC, (이제서야) 무엇을 조사할 것인지에 대한 “statement of issues” 발표. 그러나 핵심 문제인 데이터 보안 이슈는 제외.
- ▶ 2022.3.15. 아일랜드 시민자유위원회(ICCL), 구글의 RTB로 인한 개인정보 유출로부터 시민을 보호하지 않는 것에 대해 DPC에 소송 제기

영국 ICO와 아일랜드 DPC의 임무 방기

오스트리아 DSB, 구글 애널리틱스 관련 결정

- ▶ 2020.7. 유럽사법재판소(CJEU) Schrems II 판결 : 미국으로의 개인정보 이전은 GDPR 위반. EU-US 프라이버시 실드 무효화.
- ▶ 2020.8. NOYB, EEA(유럽경제지역) 기반 웹사이트에서 미국의 Google LLC 및 Facebook Inc.로 데이터를 전송하는 데 대해 101건의 진정을 제기
- ▶ 2021.12.22. 오스트리아 DSB, 미국으로의 개인정보 이전에 대해 GDPR 위반 결정
- ▶ 2022.1.5. EDPS, 구글 애널리틱스를 사용한 것에 대해 유럽 의회를 대상으로 GDPR 위반 결정
- ▶ 2022.2.10. 프랑스 CNIL, 구글 애널리틱스에 대해 GDPR 위반으로 결정



출처 : <https://noyb.eu/en/austrian-dsb-eu-us-data-transfers-google-analytics-illegal>

오스트리아 DSB, 구글 애널리틱스 관련 결정

▶ 구글 애널리틱스와 개인정보

- ▶ 이용자가 웹사이트에 접속하면 소스 코드에 삽입된 구글 애널리틱스의 자바스크립트 코드가 작동

- ▶ 이용자 데이터 수집

- ▶ 이용자의 HTTP 요청 정보 : 호스트 이름, 브라우저 유형, 레퍼러(referer), 언어 등

- ▶ 브라우저 및 시스템 정보 : 화면 해상도 등 브라우저 및 시스템에 대한 세부 정보

- ▶ First-party 쿠키 정보

- ▶ 수집된 개인정보를 미국에 위치한 구글 애널리틱스 서버로 전송

- ▶ 추가적으로 처리하여 웹사이트 운영자 보고서 작성

▶ GDPR 위반하여 국외로 개인정보 전송

- ▶ 표준계약조항(Standard Contract Clauses), 기술적 관리적 조치(TOM)은 불충분

- ▶ 미국에 전송된 개인정보는 미 정보기관이 접근 가능 : 유럽사법재판소 프라이버시 쉴드 무효화, 구글의 투명성 보고서

프랑스 CNIL, 쿠키 가이드라인 및 권고

- ▶ 2020.10.1. CNIL은 쿠키 가이드라인, 비 필수 쿠키에 대한 동의 획득 방법에 대한 권고안, FAQ 발표
- ▶ 주요 내용
 - ▶ 이용자 동의는 각 사이트에서 받아야 함.
 - ▶ 충분한 정보 제공 : 처리자의 신원, 목적, 동의 철회권 + 어떻게 동의 혹은 거부할 수 있는지 및 그 결과
 - ▶ 동의와 같은 정도로 쉽게 쿠키 거부 가능해야 함
 - ▶ 이용자의 침묵은 쿠키에 대한 거부로 해석
 - ▶ 분석(analytics) 쿠키에 대한 동의 예외 조건 완화 : 다만, 분석 쿠키는 오로지 익명 통계 작성으로만 활용해야 함.
 - ▶ 쿠키월에 대한 일반적이고 절대적인 금지 부과 삭제. 그러나 쿠키월은 어떤 경우 동의의 자유에 영향을 미칠 수 있음.

CNIL, 디지털 광고의 개인정보 침해 대응

- ▶ 2019.1.21. CNIL, 구글 GDPR 위반으로 과징금 5000억 유로 부과 (안드로이드에서 구글 계정 설치 맥락)
- ▶ 2018.5. NOYB과 LQDN의 진정
- ▶ 투명성 및 정보제공 의무 위반
 - ▶ 구글이 제공하는 정보에 이용자 접근이 힘들
 - ▶ 어떤 정보는 명확하지 않고 포괄적이지 않음.
- ▶ 광고 개인화 처리의 적법 근거 의무 위반
 - ▶ 이용자 동의 과정에서 충분한 정보가 제공되지 않았음.
 - ▶ 동의가 "특정(specific)" 하지도 "명확(unambiguous)" 하지도 않음. 광고 개인화 화면은 사전 선택(pre-ticked) 되어 있음.
- ▶ CNIL이 GDPR에 따른 제재 수준을 적용한 첫번째 사례

CNIL, 디지털 광고의 개인정보 침해 대응

- ▶ 2020.12.7. CNIL, 구글에 과징금 부과. 사전 동의 및 적절한 고지없이 이용자 컴퓨터에 광고 쿠키 저장함
 - ▶ Google LLC에 6천만 유로, Google Ireland 에 4천만 유로 과징금 부과
 - ▶ 사전 동의 및 적절한 고지없이 google.fr 의 이용자 컴퓨터에 광고 쿠키 저장
 - ▶ 서비스에 필수적이지 않은 쿠키의 경우 동의가 필요함 (프랑스 개인정보보호법 제82조 위반)
 - ▶ 페이지 하단에 배너가 뜨지만 쿠키에 대한 정보 부재.
- ▶ 2021.12.31. CNIL, 구글 및 페이스북에 과징금 부과. 쿠키를 쉽게 거부할 수 있는 기능 미제공
 - ▶ Google.fr 및 youtube.com 이용자가 쿠키를 쉽게 거부할 수 없는 것에 대해, Google LLC에 9천만 유로, Google Ireland에 6천만 유로 (총 1억 5천만 유로) 과징금 부과
 - ▶ 페이스북에 6천만 유로 과징금 부과
 - ▶ 즉각적으로 쿠키 허용에 동의하는 버튼을 제공하지만, 쿠키를 거부하려면 몇 번의 클릭이 필요함

EU, 디지털시장법 온라인 광고 투명성 규정

- ▶ 2020.12.14 EC의 법안 제출, 2022.1.20. EU 의회안 표결, 2022.4.23. 3자 협상(EC, 유럽의회, 유럽연합이사회) 타결
- ▶ 온라인 광고의 투명성 의무 (제24조)
 - ▶ 이용자들이 광고를 인식할 수 있도록 명확한 실시간 정보 제공
 - ▶ 해당 정보가 광고라는 사실
 - ▶ 광고주
 - ▶ 해당 광고 대상 이용자를 결정하는데 사용된 주요 매개변수
 - ▶ EDPS 의견 : [사전동의없는] 개인화된 맞춤형 광고를 금지해야 함
 - ▶ EDRi 의견 : 개인화된 맞춤형 광고를 금지해야 함. 신뢰할 수 있는 신고자에서 법집행기관, 기업은 제외해야 함
- ▶ 온라인 광고의 투명성 추가 의무 (제30조)
 - ▶ 광고가 마지막으로 노출된 후 1년 이내에 정보 공개
 - ▶ (1) 광고 내용, (2) 광고주, (3) 광고 노출 기간, (4) 광고가 특정된 이용자군을 타겟하였는지 여부 및 사용된 주요 매개변수, (4) 광고에 노출된 총 이용자수, 타겟광고의 총 이용자군수 등
- ▶ 타겟 광고 목적의 민감 정보 사용 제한

미국, 감시광고 금지법안 발의

- ▶ 2022.1.19. 2인의 하원의원, 1인의 상원의원이 감시광고 금지법안(Banning Surveillance Advertising Act) 발의
- ▶ 보호 범주 정보(인종, 성별, 종교, 데이터 브로커로부터 구매한 개인정보)에 기반한 타게팅 금지.
- ▶ 주(state) 및 시(city) 수준의 위치정보 기반의 타게팅이나 콘텐츠 기반 "맥락 광고"는 허용
- ▶ 연방거래위원회(FTC) 및 주 검찰총장에게 건당 최대 5천 달러 벌금을 부과할 권한 부여

국내 규제 동향

온라인 맞춤형 광고 개인정보보호 가이드라인

- ▶ 2017.2. 방송통신위원회, 한국인터넷진흥원이 발표
- ▶ 온라인 행태정보 : 웹 사이트 방문 이력, 앱 사용 이력, 구매 및 검색 이력 등 이용자의 관심, 흥미, 기호 및 성향 등을 파악하고 분석할 수 있는 온라인상의 이용자 활동정보
- ▶ 행태정보 수집, 이용의 투명성
 - ▶ 홈페이지 등에 행태정보 수집, 이용 사실 안내
 - ▶ 최소한의 행태정보 수집
 - ▶ 개인 식별정보와 결합될 경우 사전동의 획득
- ▶ 이용자의 통제권 보장
 - ▶ 광고 화면 등을 통해 통제권을 직접 제공하는 방법
 - ▶ 이용자 단말기를 통해 통제권을 행사하는 방법
 - ▶ 협회 등의 단체를 통해 이용자에게 통제권을 제공하는 방법
- ▶ 강제력이 없는 가이드라인으로 실효성 없음
- ▶ 이후 정보통신망법, 개인정보보호법 개정 미반영

[목 차]

I. 목적 및 범위	1
II. 주요 정의	2
III. 온라인 맞춤형 광고 개인정보보호 원칙	3
1) 행태정보 수집·이용의 투명성	3
2) 이용자의 통제권 보장	6
3) 행태정보의 안전성 확보	10
4) 인식확산 및 피해구제 강화	11
붙임. 이용자의 통제권 행사 방법	12
1) 온라인 맞춤형 광고 화면을 이용하는 방법	12
2) 웹브라우저나 스마트폰 설정을 이용하는 방법	14

개인정보 처리방침

- ▶ 2022.3. 개인정보보호위, 개인정보 처리방침 작성지침 발표
- ▶ 항목 13. 개인정보를 자동으로 수집하는 장치의 설치·운영 및 그 거부에 관한 사항
 - ▶ 개인정보처리자가 홈페이지를 운영, 쿠키 등과 같이 개인정보를 자동으로 수집하는 장치를 설치 및 운영할 경우, 설치·운영 및 그 거부에 관한 사항을 기재
 - ▶ 구글 애널리틱스, 페이스북 픽셀 등 어떠한 제3자 쿠키의 존재, 목적, 수집하는 정보 등 부재
- ▶ 항목 14. 행태정보의 수집·이용·제공 및 거부 등에 관한 사항
 - ▶ 개인정보처리자가 정보주체의 온라인 행태정보를 처리하고 이를 기반으로 '온라인 맞춤형 광고' 등을 제공하는 경우 그 수집·이용에 관한 사항 및 거부 방법 등에 대해 기재하여야 함
 - ▶ 2022년 지침에서 새롭게 포함
 - ▶ 2017년 온라인 맞춤형 광고 개인정보보호 가이드라인 반영
 - ▶ 행태정보 수집 시 개인동의를 받으라는 것인지 불명확

〈온라인 맞춤형 광고 등을 위해 제3자(온라인 광고사업자 등)가 이용자의 행태정보를 수집·처리할 수 있도록 허용한 경우〉

③ 〈개인정보처리자〉은(는) 다음과 같이 온라인 맞춤형 광고 사업자가 행태정보를 수집·처리하도록 허용하고 있습니다.

- 행태정보를 수집 및 처리하려는 광고 사업자 : 000, 000, 000, 000,
- 행태정보 수집 방법 : 이용자가 당사 웹사이트를 방문하거나 앱을 실행할 때 자동 수집 및 전송
- 수집·처리되는 행태정보 항목 : 이용자의 웹/앱 방문이력, 검색이력, 구매이력
- 보유·이용기간 : 00일

페이스북 외부활동

설정 및 개인정보 > 설정 > 내 Facebook 정보 > Facebook 외부 활동 > 보기



내 Facebook 외부 활동
Facebook 외부에서 방문하는 비즈니스와 단체에서의 회원님의 활동

배달의민족에서 수신된 활동

ID	1431086087103015
이벤트	ACTIVATE_APP
수신:	2021년 5월 12일 오후 10:25
ID	1431086087103015
이벤트	ADD_TO_CART
수신:	2021년 5월 12일 오후 10:14
ID	1431086087103015
이벤트	ACTIVATE_APP
수신:	2021년 5월 12일 오후 9:00
ID	1431086087103015
이벤트	ACTIVATE_APP
수신:	2021년 5월 12일 오후 8:59
ID	1431086087103015
이벤트	ACTIVATE_APP
수신:	2021년 5월 9일 오후 9:03
ID	1431086087103015
이벤트	ACTIVATE_APP
수신:	2021년 5월 8일 오전 1:48
ID	1431086087103015
이벤트	ACTIVATE_APP
수신:	2021년 5월 2일 오후 7:28
ID	1431086087103015
이벤트	ACTIVATE_APP
수신:	2021년 5월 2일 오후 7:01
ID	1431086087103015

페이스북 외부활동 에 대한 개인정보 열람청구

Q : 본인의 'Facebook 외부 활동' 정보를 수집하는 법적 근거, 귀사가 수집한 본인의 'Facebook 외부 활동'의 각 정보에 대해 본인에게 고지하거나 본인이 동의한 내역(각 앱 및 웹사이트 별)

A. 'Facebook 외부 활동'은 광고주들 및 기타 파트너들이 자신들의 웹사이트와 앱에서 이루어진 귀하의 활동과 관련하여 수집하고 페이스북에게 제공하는 정보입니다. 'Facebook 외부 활동'은 개인정보 보호법에 따라 페이스북이 수집하는 정보가 아니기 때문에, 본 요청은 개인정보 보호법 제35조에 따른 개인정보 열람 요청의 범위에 속하지 않습니다.

페이스북의 개인정보보호법 위반

- ▶ Facebook 외부활동은 페이스북 로그인, 픽셀, SDK 등 페이스북의 비즈니스도구를 사용하여 수집됨.
- ▶ 수집된 정보는 분명 개인정보 : 계정에서 자신의 행태정보 확인 가능
- ▶ 개인정보보호법 위반
 - ▶ 제3자 사이트는 방문 이용자의 개인정보 수집 및 제공에 대해 동의를 받지 않았음.
 - ▶ 페이스북 픽셀 등 비즈니스 도구는 페이스북이 프로모션하는 도구로서 제3자 웹사이트가 어떻게 활용하는지 페이스북은 인지하고 있음
- ▶ 페이스북의 개인정보보호법 위반에 대해 개인정보보호위원회에 신고 예정

디지털 광고 맥락에서 개인정보보호

- ▶ 쿠키 등을 통해 수집된 데이터 역시 개인정보 가능성 큼 (특히, 고유 식별자가 포함된 경우)
- ▶ 필수적 쿠키가 아닌 경우 이용자에 대한 고지 및 동의 필요
- ▶ 이용자의 명시적인 동의없이 RTB 방식을 통한 개인정보 제3자 제공 금지
- ▶ 개인정보 기반 타겟광고에서 맥락 광고 등 개인정보 침해가 없는 방식으로 전환

감사합니다.