

UDHËZIM
Nr. 4, datë 30.4.2025

PËR MBROJTJEN E TË DHËNAVE PERSONALE DHE MASAT E
DUHURA TË SIGURISË NË MARKETINGUN E DREJTPËRDREJTË

Në mbështetje të germës “d”, të pikës 1, të nenit 82, pikës 1, të nenit 85 dhe pikës 2, të nenit 97, të ligjit nr. 124/2024, “Për mbrojtjen e të dhënave personale” (në vijim quajtur “ligji”), Komisioneri për të Drejtën e Informimit dhe Mbrojtjen e të Dhënave Personale,

UDHËZON:

Neni 1
Përkufizime

1. “Marketing i drejtpërdrejtë”, është forma e komunikimit me persona drejtpërdrejtë të identifikueshëm, me qëllim promovimin e mallrave ose të shërbimeve, duke përfshirë reklamimin e anëtarësimit në organizata, kërkimin e donacioneve, si dhe aktiviteteve të marketingut të drejtpërdrejtë, që përfshijnë çdo akt përgatitor nga reklamuesi ose nga një palë e tretë për të mundësuar këtë komunikim.

2. Termat e tjerë të përdorur në këtë udhëzim kanë të njëjtin kuptim si në ligj.

Neni 2
Qëllimi

1. Ky udhëzim ka për qëllim të përcaktojë rregullat që duhen ndjekur nga kontrolluesit apo përpunuesit¹ e të dhënave personale, që gjatë veprimtarisë së tyre realizojnë marketing të drejtpërdrejtë.

2. Kontrolluesit që mbledhin dhe përpunojnë të dhënat personale për qëllime të marketingut të drejtpërdrejtë, duhet të përmbushin të gjitha detyrimet e parashikuara në ligj.

3. Udhëzimi trajton rregullat mbi të cilat duhet të realizohet përpunimi i të dhënave personale për qëllime të marketingut të drejtpërdrejtë, mënyrën si informacioni duhet t’u vihet në dispozicion subjekteve të të dhënave, kufizimet për përpunimin e mëtejshëm, përpunimi i të dhënave të fëmijëve për qëllime marketingu (si një kategori e veçantë), masat e duhura të sigurisë dhe detyrimin e kontrolluesve për të lehtësuar ushtrimin e të drejtave të subjektit të të dhënave personale.

Neni 3
Detyrimet lidhur me përpunimin e të dhënave personale

1. Kontrolluesi grumbullon të dhëna për qëllimet e tij të marketingut, nëse i duhen për të përmbushur interesat legjitime të tij², me përjashtim të rasteve kur ndaj tyre gëzon prioritet e drejta për mbrojtjen e të dhënave personale. Në këtë rast, kontrolluesi duhet të sigurojë marrjen e pëlqimit të subjektit të të dhënave.

2. Në rastet kur mbledhen të dhëna sensitive³, kontrolluesi duhet të jetë në gjendje të demonstrojë se subjekti i të dhënave ka dhënë pëlqimin e tij/saj të shprehur në mënyrë të qartë dhe specifike, me përjashtim të rastit kur legjislacioni në fuqi ndalon përpunimin e këtyre të dhënave edhe me pëlqimin e tij.

¹ Përpunimi kryhet nga kontrolluesit/përpunuesit si pjesë e veprimtarisë së tyre ose si përpunim në funksion të objektit parësor të veprimtarisë (si psh. rasti i call center).

² Germa “dh” e pikës 1, të nenit 7 ligjit nr. 124/2024, “Për mbrojtjen e të dhënave personale”.

³ Parashikuar në nenin 9, të ligjit nr. 124/2024, “Për mbrojtjen e të dhënave personale”.

3. I njëjti kusht është i vlefshëm kur kontrolluesi përpunon profilet e interesit të subjekteve të të dhënave që përmbajnë të dhëna sensitive ose penale, me qëllim për të dërguar mesazhe të marketingut “*të personalizuar*”, të cilat janë përshtatur me profilin e supozuar të interesit të subjektit të të dhënave.

4. Kontrolluesi duhet të marrë pëlqimin e subjektit të të dhënave, në rast se siguron të dhëna nga dosjet e klientëve të palëve të treta, duke përpunuar më tej informacionin nëse një person fizik, i identifikuar me emrin, gjininë, grup-moshën dhe adresën e tij/saj, ka qenë klient i palës së tretë.

5. Në rastet kur kontrolluesi për qëllime të marketingut të drejtpërdrejtë të palëve të treta mbledh të dhëna që nuk janë të një natyre sensitive apo penale, kjo mund të bazohet në interesin legjitim për aq sa të dhënat janë të mbledhura:

a) nga subjekti i të dhënave - pas informacionit të plotë për transferimet e mundshme të të dhënave;

b) nga burime që mund të aksesohen nga publiku sipas ligjit; ose

c) nga dosjet e klientëve të palëve të treta, me kusht që:

i. këto të dhëna nuk tejkalojnë informacionin se një person fizik, i identifikuar me emrin, gjininë, grup-moshën dhe adresën e tij/saj, ka qenë klient i palës së tretë; dhe se

ii. pala e tretë ka informuar subjektin e të dhënave në momentin e mbledhjes së të dhënave, se të dhënat mund të përdoren për qëllime të marketingut të drejtpërdrejtë të kontrolluesve të tjerë dhe se subjekti i të dhënave nuk ka kundërshtuar, por mund ta bëjë këtë në çdo moment.

6. Në të gjitha rastet e tjera, mbledhja e të dhënave për qëllime të marketingut të drejtpërdrejtë të palëve të treta kërkon pëlqimin e subjektit të të dhënave.

Neni 4

Detyrimet në lidhje me informimin e subjekteve të të dhënave

1. Kontrolluesi duhet të informojë subjektet e të dhënave në zbatim të nenit 13 të ligjit, në rastet kur:

a) të dhënat mbledhen nga vetë subjekti i të dhënave personale⁴, kontrolluesi duhet të japë informacion (përveç rasteve kur subjekti i të dhënave zotëron këtë informacion) lidhur me:

i. identitetin e kontrolluesit;

ii. faktin që përpunimi bëhet për qëllime të marketingut të drejtpërdrejtë dhe se subjekti i të dhënave nuk është në asnjë mënyrë i detyruar të japë këto të dhëna;

iii. bazën ligjore, mbi të cilën është mbështetur kontrolluesi për mbledhjen e të dhënave;

iv. nëse të dhënat do t’u transferohen palëve të treta dhe, nëse po, për identitetin e marrësve dhe për qëllimin dhe bazën ligjore të transferimit;

v. të drejtat e subjekteve të të dhënave⁵, veçanërisht të drejtën për të kundërshtuar përpunimin e të dhënave për qëllime të marketingut të drejtpërdrejtë. Në këtë rast kontrolluesi nuk duhet të përdorë më tej të dhënat, për qëllime marketingu.

Në rastet kur kontrolluesi nxjerr profilet e interesit të subjekteve të të dhënave, nga të dhënat që ka mbledhur për qëllime marketingu, subjekti i të dhënave duhet të informohet edhe për këtë përpunim të të dhënave.

Informacioni i lartpërmendur duhet të jepet në momentin e mbledhjes së të dhënave, në mënyrë që subjekti i të dhënave personale, të jetë plotësisht i vetëdijshëm për risqet e vënies në dispozicion të të dhënave të tij/saj;

b) në rastet kur të dhënat janë mbledhur nga burime të tjera dhe jo nga subjekti i të dhënave personale⁶, informacioni duhet të jepet, për:

i. të gjitha kategoritë e përcaktuara në germen “a”.

⁴ Si për shembull në rastin kur subjekti i nënshtrohet një interviste ose plotësimit të një pyetësori.

⁵ Sipas neneve 13–20, të ligjit nr. 124/2024, “Për mbrojtjen e të dhënave personale”.

⁶ Si për shembull në rastin kur të dhënat janë marrë nga burime të cilat janë të aksesueshme nga publiku sipas ligjit ose nga palë të treta të autorizuar nga vetë subjekti për këtë qëllim.

ii. burimin(et) nga të cilat janë mbledhur të dhënat. Përveç rastit kur subjekti i të dhënave i mbart këto informacione ose dhënia e informacionit është e pamundur apo përbën një përpjekje jo të arsyeshme dhe kontrolluesi ka marrë masat e duhura për të mbrojtur të drejtat dhe interesat e ligjshëm të subjektit të të dhënave.

2. Informacioni i përmendur në pikat e mësipërme, duhet të jepet:

a) në kohën e komunikimit të parë me subjektin e të dhënave, në rastin kur kontrolluesi i ka mbledhur të dhënat në mënyrë të qartë, që t'i përcjellë subjektit të të dhënave një mesazh marketingu;

b) në të gjitha rastet e tjera jo më vonë se një muaj pas marrjes së të dhënave;

c) nëse të dhënat do t'i transferohen një pale të tretë, subjekti i të dhënave duhet të informohet, të paktën në momentin kur të dhënat personale transferohen për herë të parë.

Neni 5

Përpunimi i të dhënave për një qëllim tjetër ("përpunim i mëtejshëm")

1. Në rastin kur të dhënat janë mbledhur për qëllime të marketingut të drejtpërdrejtë, ato nuk do të përpunohen për asnjë qëllim tjetër, përveç rasteve të mëposhtme, kur:

a) ky qëllim është përdorimi për marketing të drejtpërdrejtë dhe

b) subjekti i të dhënave është informuar dhe ka dhënë pëlqimin për përpunimin e mëtejshëm të synuar, përpara se ky proces të fillojë.

2. Koncepti i përpunimit të mëtejshëm, parashikohet në pikën 17, të nenit 5 të ligjit, si një qëllim i ri përpunimi, i cili:

a) zakonisht ndjek një aktivitet në dukje të drejtë me atë të qëllimit fillestar të përpunimit, i përafërt (sipas kohës dhe kontekstit të duhur). Ky përpunim i mëtejshëm duhet të jetë i pritshëm nga ana e subjektit të të dhënave personale, si një qëllim i ri që pason atë fillestar; dhe

b) nuk paraqet rreziqe shtesë të konsiderueshme për subjektin e të dhënave ose kur rreziqe të tilla janë zbutur me sukses dhe janë ndërmarrë masa mbrojtëse shtesë për të drejtat dhe interesat e subjektit të të dhënave personale.

Neni 6

Përpunimi i të dhënave personale të të miturve

1. Në kuadër të mbrojtjes së të dhënave personale, një individ nën moshën 18 vjeç, duhet të konsiderohet si "*i mitur*" dhe gëzon mbrojtje të veçantë.

2. Në rastin kur kontrolluesit mbledhin të dhëna për të miturit, për qëllime të marketingut të drejtpërdrejtë, duhet t'i kushtojnë vëmendje të veçantë parimit të minimizimit të të dhënave, në mënyrë që të mos përpunohen të dhëna personale më shumë se sa është e nevojshme për realizimin e qëllimit duke mos cenuar natyrën e veçantë të kësaj kategorie subjektesh.

3. Në rastet kur kërkohet pëlqimi për mbledhjen e të dhënave për qëllime marketingu, ai duhet të merret nga prindi ose kujdestari ligjor i të miturit. Kontrolluesi verifikon se prindi ose kujdestari ligjor i tij, është personi që përfaqëson të miturin.

4. Informacioni i nevojshëm duhet t'i vihet në dispozicion të miturit, si dhe prindit ose kujdestarit ligjor të tij. Informacioni që i vihet në dispozicion të miturit, duhet të jetë i përshtatshëm për këtë kategori subjektesh dhe të jetë lehtësisht i dukshëm, i lexueshëm dhe i kuptueshëm.

5. Materialet dhe mesazhet e marketingut drejtuar të miturve, duhet të jenë të përshtatshme në mënyrë që të jenë lehtësisht të dukshme, të lexueshme dhe të kuptueshme dhe të mos cenojnë natyrën delikate personale të të miturve.

6. Prindi ose kujdestari ligjor i të miturit, si përfaqësues ligjor i tij, gëzon të njëjtat të drejta si i mituri, në rolin e subjektit të të dhënave personale.

7. Në rastin kur kontrolluesi mbledh të dhënat e një të mituri, me qëllim pjesëmarrjen në një lojë, ofrimin e një çmimi ose ndonjë veprim tjetër që kërkon shpërndarjen e të dhënave të të miturit, kontrolluesi do të kufizojë përpunimin e të dhënave rreptësisht në masën që është e nevojshme, me qëllim që i mituri të marrë pjesë në këtë aktivitet.

Neni 7 **Masat e sigurisë**

1. Kontrolluesit përdorin masat e duhura të sigurisë, duke marrë parasysh zhvillimet e teknologjisë së sigurisë dhe kostot, mënyrën e zbatimit dhe sensitivitetin e të dhënave të grumbulluara, për të parandaluar çdo humbje ose shkatërrim aksidental, shpërndarje ose qasje të paautorizuar në të dhënat personale, që përpunohen për qëllime të marketingut të drejtpërdrejtë.

2. Këto masa përfshijnë, ndër të tjera, sigurinë e ndërtesave, në të cilat përpunohen të dhënat personale (përfshirë hyrjet e ndërtesave), listën e personave të autorizuar për të pasur akses në të dhëna, mekanizmat e duhur, masat e sigurisë për transferimin e të dhënave ndërmjet kontrolluesit dhe përpunuesit të të dhënave etj.

3. Kontrolluesit sigurojnë që çdo përpunues që kontraktojnë, garanton një nivel të duhur të masave të sigurisë. Kontrolluesi është përgjegjës ndaj subjekteve të të dhënave për veprimtarinë e përpunuesit, në raport me parashikimet e aktit që rregullon marrëdhënien midis tyre.

Neni 8 **Detyrimet për të lehtësuar ushtrimin e të drejtave të subjektit të të dhënave**

1. Subjektet e të dhënave gëzojnë të drejtat e parashikuara në nenet 13–20 të ligjit.

2. Kontrolluesi duhet të marrë masa për të trajtuar kërkesat në zbatim të të drejtave të subjekteve të të dhënave duke u kthyer përgjigje brenda 30 ditëve nga marrja e tyre.

3. Subjektet e të dhënave kanë, në veçanti, të drejtën për të marrë informacion nga kontrolluesi:

- a) nëse ai po përpunon të dhëna për ta dhe;
- b) nëse përpunon të dhëna për ta, të specifikojë kategorinë e të dhënave (përfshirë përmbajtjen e tyre) po përpunohen dhe për cilin qëllim.

4. Në rastin kur të dhënat përpunohen për qëllime të marketingut të drejtpërdrejtë, subjekti i të dhënave ka të drejtën e pakushtëzuar të kundërshtojë përpunimin e të dhënave të tij/saj, me efekt ligjor që kontrolluesi të ndalojë menjëherë përpunimin e këtyre të dhënave për qëllime të marketingut të drejtpërdrejtë.

Neni 9 **Dispozita përfundimtare**

1. Të gjithë kontrolluesit/përpunuesit publikë dhe privatë në territorin e Republikës së Shqipërisë janë përgjegjës për respektimin dhe zbatimin e këtij udhëzimi.

2. Mosrespektimi i kërkesave të këtij udhëzimi përbën shkelje të ligjit dhe sanksionohet, sipas nenit 94 të tij.

3. Udhëzimi nr. 6, datë 28.5.2010, “Mbi përdorimin korrekt të SMS-ve për qëllime promociionale, reklama, informacione, shitjeve direkte nëpërmjet telefonisë celulare” dhe udhëzimi nr. 16, datë 26.12.2011, “Për mbrojtjen e të dhënave personale në tregtimin e drejtpërdrejtë dhe masat e sigurisë”, shfuqizohen.

Ky udhëzim hyn në fuqi pas botimit në Fletoren Zyrtare.

KOMISIONERI PËR TË DREJTËN E INFORMIMIT
DHE MBROJTJEN E TË DHËNAVE PERSONALE

