Informujemy, że administratorem danych osobowych jest Wydawnictwo Bauer Sp. z o.o. Sp. j. z siedzibą w Warszawie przy ul. Motorowej 1 (dalej jako: „Wydawnictwo”)

Wydawnictwo wyznaczyło Inspektora Ochrony Danych. tj. osobę, z którym można się kontaktować we wszelkich sprawach związanych z przetwarzaniem danych osobowych, w tym realizacją praw związanych z przetwarzaniem.

Dane kontaktowe Inspektora (IOD):

Bartosz Kurzawa

Email: IOD@bauer.pl

Adres korespondencyjny:

Wydawnictwo Bauer Sp.  z o.o. Sp. j.

1. Motorowa 1

04-035 Warszawa

Z dopiskiem „na ręce IOD”

Przetwarzamy Twoje dane w celu założenia oraz utrzymywania konta w serwisie Czytelnia.pl, a także w celu zawarcia i realizacji umowy sprzedaży.

Podstawą przetwarzania danych jest konieczność przetwarzania danych w celu realizacji umowy (art. 6 ust. 1 lit. b RODO).

Twoje dane będą przetwarzane do chwili likwidacji konta w serwisie. W przypadku likwidacji konta mogą być przetwarzane przez okres przedawnienia ewentualnych roszczeń wynikający z zawartych umów.

Twoje dane osobowe będą również przetwarzane w celach prowadzenia rozliczeń, rachunkowości oraz księgowości (art. 6 ust. 1 lit. c RODO) przez okres do wygaśnięcia obowiązków dotyczących przechowywania danych, wynikających z przepisów prawa, w szczególności przechowywania dokumentów księgowych (co do zasady przez 5 lat po roku, w którym wystąpiło zdarzenie prawne, które obligowało do wystawienia dokumentu księgowego).

Twoje dane osobowe będą przetwarzane w celach marketingowych (art. 6 ust. 1 lit. a oraz lit. f RODO), w przypadku prowadzenia marketingu z wykorzystaniem numeru telefonu lub adresu e-mail administrator uzyska zgodę na kanał komunikacji zgodnie z ustawą o świadczeniu usług drogą elektroniczną lub ustawą – Prawo telekomunikacyjne. Do czasu wniesienia sprzeciwu, czyli okazania nam w dowolny sposób, że nie chcesz pozostawać z nami w kontakcie ani otrzymywać informacji o podejmowanych przez nas działaniach, ewentualnie do czasu przedawnienia roszczeń.

Odbiorcami Twoich danych mogą być nasi partnerzy, tj. dostawcy systemów i usług informatycznych, statystycznych oraz reklamowych.

Podanie przez Ciebie danych jest dobrowolne, ale konieczne do tego, aby założyć konto w serwisie Czytelnia.pl oraz korzystać z pełnej funkcjonalności serwisu

Masz prawo do żądania dostępu do swoich danych osobowych, ich sprostowania, usunięcia lub ograniczenia przetwarzania, a także prawo wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania, a także prawo do przenoszenia swoich danych oraz wniesienia skargi do organu nadzorczego (Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych).

W przypadku danych osobowych przetwarzanych na podstawie zgody masz prawo cofnięcia zgody. Wycofanie zgody pozostaje bez wpływu na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano na podstawie zgody przed jej cofnięciem.

Więcej szczegółów znajdziesz w naszej Polityce prywatności oraz w "Ustawieniach prywatności", w ramach których będziesz mógł udzielić, odwołać zgodę lub w inny sposób zarządzać swoimi wyborami.

Ustawienia prywatności Przejdź do serwisu

Ustawienia prywatności:

Poniżej możesz dostosować swoje ustawienia w zakresie przetwarzania danych dostarczanych przez Ciebie podczas korzystania z naszych serwisów i wykorzystywania ich w poniższych celach. Informacje przetwarzane za pomocą plików cookies lub innych podobnych technologii dotyczą aktywności użytkownika na odwiedzanych stronach internetowych, historii wizyt, a także informacji o lokalizacji urządzenia. Osobno możesz określić swoje preferencje wobec wykorzystywania tych informacji przez naszych partnerów (wycofanie zgody na przetwarzanie informacji zapisanych w plikach cookies) oraz osobno przez Czytelnia.pl (zgłoszenie sprzeciwu, o którym mowa w art. 21 ust. 2 RODO). Poniższe wybory nie dotyczą jednak dopasowywania reklam na naszych stronach w oparciu o informacje uzyskane przez naszych partnerów lub ich kontrahentów na stronach internetowych innych podmiotów. Za pomocą poniższych suwaków możesz także w każdej chwili wycofać wniesiony sprzeciw lub ponownie udzielić zgodę dla naszych partnerów.

**Google i pozostali partnerzy:**

Cel przetwarzania: cele marketingowe, w tym wyświetlanie reklamy dopasowanej do preferencji użytkownika lub udostępnianie informacji o preferencjach użytkownika innym podmiotom wyświetlającym lub zlecającym reklamę w Internecie.

**Partnerzy IAB TRANSPARENCY & CONSENT FRAMEWORK:**

Przechowywanie informacji na urządzeniu lub dostęp do nich.

Pliki cookie, identyfikatory urządzeń lub inne informacje mogą być przechowywane na urządzeniu użytkownika lub udostępniane na nim w przedstawionych użytkownikowi celach.

Dostawcy mogą:

* przechowywać na urządzeniu informacje, takie jak pliki cookie i identyfikatory urządzenia przedstawiane użytkownikowi, oraz uzyskiwać do nich dostęp.

Wybór podstawowych reklam

Reklamy mogą być wyświetlane w oparciu o oglądaną treść, używaną aplikację, przybliżoną lokalizację lub typ urządzenia.

Aby dokonać podstawowego wyboru reklam, dostawcy mogą:

* używać informacji w czasie rzeczywistym na temat kontekstu, w jakim zostanie wyświetlona reklama, aby wyświetlić reklamę, w tym informacji o treści i urządzeniu, takich jak: typ urządzenia i jego parametry, aplikacja klienta, adres URL, adres IP.

* używać nieprecyzyjnych danych geolokalizacyjnych użytkownika.

* kontrolować częstotliwość reklam wyświetlanych użytkownikowi.

* ustawić kolejność wyświetlania reklam użytkownikowi.

* zapobiec pojawieniu się reklamy w nieodpowiednim kontekście redakcyjnym (niebezpiecznym dla marki).

Dostawcy nie mogą:

* tworzyć profilu spersonalizowanych reklam przy użyciu tych informacji do wyboru przyszłych reklam bez osobnej podstawy prawnej do utworzenia profilu spersonalizowanych reklam.

Uwaga! Nieprecyzyjne oznacza, że dozwolona jest tylko przybliżona lokalizacja obejmująca co najmniej promień 500 metrów.

Tworzenie profilu spersonalizowanych reklam

Profil może być zbudowany na temat użytkownika i jego zainteresowań, co pozwoli na pokazywanie spersonalizowanych reklam, które są dla użytkownika istotne.

Aby stworzyć profil spersonalizowanych reklam, dostawcy mogą:

* zbierać informacje o użytkowniku, w tym o działaniach użytkownika, jego

zainteresowaniach, wizytach na stronach lub w aplikacjach, dane demograficzne lub lokalizacyjne w celu stworzenia lub edytowania profilu użytkownika w celu personalizacji reklam.

* łączyć te informacje z innymi wcześniej zebranymi informacjami, w tym z różnych witryn i aplikacji, w celu stworzenia lub edytowania profilu użytkownika w celu personalizacji reklam.

Wybór spersonalizowanych reklam

Spersonalizowane reklamy mogą być wyświetlane użytkownikowi na podstawie jego profilu.

Aby wybrać spersonalizowane reklamy, dostawcy mogą:

* wybrać spersonalizowane reklamy w oparciu o profil użytkownika lub inne historyczne dane użytkownika, w tym wcześniejsze działania użytkownika, zainteresowania, wizyty na stronach lub w aplikacjach, lokalizację lub dane demograficzne.

Tworzenie profilu spersonalizowanych treści

Profil może być zbudowany na temat użytkownika i jego zainteresowań, co pozwoli na pokazywanie spersonalizowanych treści, które są dla użytkownika istotne.
Aby stworzyć profil spersonalizowanych treści, dostawcy mogą:
* zbierać informacje o użytkowniku, w tym działaniach użytkownika, jego zainteresowaniach, wizytach na stronach lub w aplikacjach, dane demograficzne lub lokalizacyjne w celu stworzenia lub edytowania profilu użytkownika w celu personalizacji treści.

Wybór spersonalizowanych treści

Spersonalizowane treści mogą być wyświetlane użytkownikowi na podstawie jego profilu.

Aby wybrać spersonalizowane treści, dostawcy mogą:

* wybrać spersonalizowane treści w oparciu o profil użytkownika lub inne historyczne dane użytkownika, w tym wcześniejsze działania użytkownika, zainteresowania, wizyty na stronach lub w aplikacjach, lokalizację lub dane demograficzne.

Pomiar wydajności reklam

Można zmierzyć wydajność i efektywność reklam, które użytkownik widzi lub na które reaguje.

Aby dokonać pomiaru wydajności reklam, dostawcy reklam mogą:

* zmierzyć, czy ii w jaki sposób reklamy były dostarczane użytkownikowi i jaka była jego reakcja.

* dostarczać raporty dotyczące reklam, w tym ich skuteczności i wydajności.

* dostarczać raporty dotyczące użytkowników, którzy zareagowali na reklamy, z użyciem

danych obserwowanych podczas reakcji użytkownika na tę reklamę.

* dostarczać raporty wydawcom na temat reklam wyświetlanych na ich powierzchni.

* zmierzyć, czy reklama jest obsługiwana w odpowiednim środowisku redakcyjnym (bezpieczeństwo marki).

* określić, w jakiej wartości procentowej reklama mogła zostać obejrzana, a także czas trwania tej możliwości obejrzenia.

Dostawcy nie mogą:

* stosować danych pochodzących z analizy panelu lub podobnych odbiorców do danych pomiarowych z reklam bez odrębnej podstawy prawnej do zastosowania badań rynku w celu wygenerowania spostrzeżeń odbiorców.

Pomiar wydajności treści

Można zmierzyć wydajność i efektywność treści, które użytkownik widzi lub na które reaguje.

Aby dokonać pomiaru wydajności treści, dostawcy mogą:

* zmierzyć i sporządzić raport na temat tego, czy treści były dostarczane użytkownikom i jaka była ich reakcja.

* dostarczać raporty, używając bezpośrednio mierzalnych lub znanych informacji o użytkownikach, którzy zareagowali na treść.

Dostawcy nie mogą:

* zmierzyć, czy i w jaki sposób reklamy (w tym reklamy natywne) były dostarczane użytkownikowi i jaka była jego reakcja.

* stosować danych pochodzących z analizy panelu lub podobnych odbiorców do danych pomiarowych z reklam bez odrębnej podstawy prawnej do zastosowania badań rynku w celu wygenerowania spostrzeżeń odbiorców.

Stosowanie badań rynkowych w celu generowania opinii odbiorców

Badania rynku mogą być wykorzystywane w celu uzyskania dalszych informacji na temat odbiorców, którzy odwiedzają strony/aplikacje i oglądają reklamy.

Aby zastosować badania rynkowe w celu generowania opinii odbiorców, dostawcy mogą:

* dostarczać reklamodawcom lub ich przedstawicielom zbiorcze raporty na temat odbiorców, do których dotarły ich reklamy, poprzez analizę panelową i podobną.

* dostarczać zbiorcze raporty wydawcom na temat odbiorców, do których dotarły treści lub reklamy na ich terenie i którzy zareagowali na te treści lub reklamy, poprzez zastosowanie analizy panelowej i podobnej.

* powiązać dane offline z użytkownikiem online na cele badań rynkowych w celu wygenerowania spostrzeżeń odbiorców, jeśli dostawcy zdecydowali się na dopasowanie i połączenie źródeł danych offline.

* Połączyć tę informację z inną informacją zebraną wcześniej, w tym z różnych witryn i aplikacji.

Dostawcy nie mogą:

* mierzyć wydajności i skuteczności reklam, które wyświetlono konkretnemu użytkownikowi i na które on zareagował, bez odrębnej podstawy prawnej do pomiaru wydajności reklam.

* mierzyć, jakie treści zaprezentowano konkretnemu użytkownikowi i jak na nie zareagował, bez odrębnej podstawy prawnej do pomiaru wydajności treści.

Opracowywanie i ulepszanie produktów

Dane użytkownika mogą być wykorzystywane do ulepszania istniejących systemów i oprogramowania oraz opracowania nowych produktów.

Aby opracowywać nowe produkty i ulepszać istniejące produkty, dostawcy mogą:

* wykorzystywać informacje w celu uzupełniania istniejących produktów nowymi funkcjami i opracowywania nowych produktów.

* tworzyć nowe modele i algorytmy poprzez uczenie maszynowe.

Dostawcy nie mogą:

* przeprowadzać w tym celu żadnych innych operacji przetwarzania danych dozwolonych w innym celu.

**Cele specjalne:**

Zapewnienie bezpieczeństwa, zapobieganie oszustwom i usuwanie błędów.

Dane użytkownika mogą być wykorzystywane do monitorowania i zapobiegania oszustwom oraz zapewnienia prawidłowego i bezpiecznego działania systemów i procesów.

W celu zapewnienia bezpieczeństwa, zapobiegania oszustwom i usuwania błędów, dostawcy mogą:

* upewnić się, że dane są bezpiecznie przesyłane.

* wykrywać złośliwe, nieuczciwe, nieprawidłowe lub nielegalne działania i zapobiegać im.

* zapewniać prawidłowe i wydajne działanie systemów i procesów, w tym monitorowanie i usprawnianie wydajności systemów i procesów zaangażowanych w dozwolone cele.

Dostawcy nie mogą:

* przeprowadzać w tym celu żadnych innych operacji przetwarzania danych dozwolonych w innym celu.

Uwaga: Dane zebrane i wykorzystywane w celu zapewnienia bezpieczeństwa, zapobiegania oszustwom i usuwania błędów mogą obejmować automatycznie wysyłaną charakterystykę urządzenia do identyfikacji, precyzyjne dane geolokalizacyjne i dane uzyskane w drodze aktywnego skanowania charakterystyki urządzenia w celu identyfikacji bez odrębnego ujawnienia lub zgody.

Techniczne dostarczenie reklam lub treści

Urządzenie użytkownika może odbierać i wysyłać informacje, które umożliwiają przeglądanie reklam i treści oraz reagowanie na nie.

Aby dostarczać informacje i odpowiadać na pytania techniczne, dostawcy mogą:

* użyć adresu IP użytkownika, aby przekazać reklamę przez Internet.

* odpowiedzieć na reakcję użytkownika na reklamę, wysyłając użytkownika na stronę docelową.

* użyć adresu IP użytkownika, aby przekazać treści przez Internet.

* odpowiedzieć na reakcję użytkownika na treści, wysyłając użytkownika na stronę docelową.

* wykorzystać informacje o rodzaju urządzenia i możliwościach dostarczania reklam lub treści, na przykład w celu dostarczenia pliku reklamowego o odpowiednim rozmiarze lub pliku wideo w

Dostawcy nie mogą:

* przeprowadzać w tym celu żadnych innych operacji przetwarzania danych dozwolonych w innym celu.

**Funkcje:**

Dopasowanie i połączenie źródeł danych offline.

Dane ze źródeł danych offline mogą być łączone z aktywnością użytkownika online w ramach realizacji co najmniej jednego celu.

Dostawcy mogą:

* łączyć dane uzyskane offline z danymi zgromadzonymi online w celu realizacji jednego lub więcej Celów lub Celów specjalnych.

Łączenie różnych urządzeń

Różne urządzenia mogą być określane jako należące do użytkownika lub jego gospodarstwa domowego do realizacji co najmniej jednego celu.

Dostawcy mogą:

* deterministycznie określić, że co najmniej dwa urządzenia należą do tego samego użytkownika lub gospodarstwa domowego.

* probabilistycznie określić, że co najmniej dwa urządzenia należą do tego samego użytkownika lub gospodarstwa domowego.

* Aktywnie skanować charakterystyki urządzenia w celach identyfikacji probabilistycznej, jeśli użytkownicy zezwolili dostawcom na aktywne skanowanie charakterystyki urządzenia w celu identyfikacji (Funkcja specjalna 2)

Odbieranie i wykorzystywanie automatycznie wysłanej charakterystyki urządzenia do identyfikacji.

Urządzenie może się odróżniać od innych urządzeń w oparciu o informacje, które automatycznie przesyła, takie jak adres IP lub typ przeglądarki.

Dostawcy mogą:

* stworzyć identyfikator za pomocą danych zebranych automatycznie z urządzenia pod względem określonych cech, np. adres IP, ciąg agenta użytkownika.

* użyć takiego identyfikatora, aby podjąć próbę ponownej identyfikacji urządzenia.

Dostawcy nie mogą:

* stworzyć identyfikatora przy użyciu danych zebranych poprzez aktywne skanowanie urządzenia w celu uzyskania określonych cech, np. zainstalowanych czcionek lub rozdzielczości ekranu, bez odrębnej zgody użytkowników na aktywne skanowanie charakterystyki urządzenia do identyfikacji.

* użyć takiego identyfikatora, aby ponownie zidentyfikować urządzenie.

**Czytelnia.pl – cele przetwarzania:**

marketing bezpośredni, w tym wyświetlanie reklamy dopasowanej do preferencji użytkownika dotyczącej produktów własnych oraz produktów klientów reklamowych

dopasowywanie treści dostępnych w serwisach do przewidywanych preferencji użytkownika