

# POLITYKA OCHRONY PRYWATNOŚCI DANYCH UCZESTNIKÓW BADAŃ

## 1. WPROWADZENIE

Niniejsza polityka ochrony prywatności danych osób biorących udział w badaniach (dalej jako „**Polityka**” lub „**Polityka prywatności**”) dotyczy przetwarzania wszystkich danych osobowych, których administratorem jest **data2brands spółką z ograniczoną odpowiedzialnością** z siedzibą w Warszawie, ul. Żąbkowska 31, 03-736 Warszawa, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIV Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerami KRS 0001104761, NIP: 1133133781 (dalej jako „**Spółka**” lub „**Administrator**”).

Realizacja celów Spółki wymaga przetwarzania danych osobowych. Podczas przetwarzania takich danych Spółka zobowiązuje się zachować zgodność z odpowiednimi przepisami, w szczególności przepisami rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 roku w sprawie ochrony osób fizycznych z związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych).

Polityka prywatności zawiera informacje o danych osobowych, które gromadzi Spółka oraz opisuje sposób, w jaki Spółka korzysta z tych danych i komu je powierza lub ujawnia.

Polityka obowiązuje od dnia 30 grudnia 2024 roku. Polityka może ulegać zmianom, przy czym jej najnowsza wersja jest aktualizowana i przechowywana w siedzibie Spółki oraz udostępniana w miejsce poprzedniej wersji. W przypadku wprowadzenia istotnych zmian, zostaniecie Państwo niezwłocznie poinformowani o takiej sytuacji.

## DEFINICJE

- Aplikacja – aplikacja mobilna pod nazwą „Żappka”, przeznaczona do zainstalowania na urządzeniu mobilnym z systemem operacyjnym Android, iOS lub Huawei OS, za pomocą której Uczestnik uczestniczy w Programie.
- Badany – Uczestnik Programu „Żappka” zarejestrowany w Aplikacji, który ukończył 18 lat i posiada włączone powiadomienia push w Aplikacji, a także wyraził zgodę na udział w badaniach organizowanych przez Administratora;
- Dane osobowe – wszystkie informacje o osobie fizycznej zidentyfikowanej lub możliwej do zidentyfikowania poprzez jeden bądź kilka szczególnych czynników określających fizyczną, fizjologiczną, genetyczną, psychiczną, ekonomiczną, kulturową lub społeczną tożsamość, w tym IP urządzenia, dane o lokalizacji, identyfikator internetowy oraz informacje gromadzone za pośrednictwem plików cookie oraz innej podobnej technologii.
- Polityka – niniejsza Polityka prywatności.
- Program – program „Żappka”, którego zasady i warunki określa regulamin programu „Żappka” wraz z Załącznikami.
- RODO – Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE.
- Uczestnik – osoba fizyczna, która uczestniczy w Programie.
- Żabka Polska – Żabka Polska sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu, ul. Stanisława Matyi 8 (61-586 Poznań), wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy Poznań – Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: 0000636642, NIP: 5223071241, REGON: 365388398, BDO: 000016909, wysokość kapitału zakładowego: 113.215.000,00 zł.

## 2. PRZETWARZANIE DANYCH OSOBOWYCH BADANYCH

I. Państwa dane osobowe mogą być przetwarzane w następujących celach:

- prowadzenia badań rynkowych i analiz oraz zbierania opinii – podstawą prawną przetwarzania danych osobowych jest prawnie uzasadniony interes Administratora (art. 6 ust. 1 lit. f RODO) polegający na prowadzeniu analiz aktywności Badanych, a także ich preferencji i zbieraniu opinii w związku z wyrażeniem przez Badanych chęci udziału w takich badaniach;
- udoskonalania i rozwoju usług i produktów Żabka Polska oraz innych podmiotów, na rzecz których Administrator prowadzi badania – podstawą prawną przetwarzania danych osobowych jest prawnie uzasadniony interes Administratora (art. 6 ust. 1 lit. f RODO) polegający na wyciąganiu wniosków z przeprowadzonych analiz;
- we własnych celach analitycznych i statystycznych – podstawą prawną przetwarzania jest prawnie uzasadniony interes Administratora (art. 6 ust. 1 lit. f RODO) polegający na prowadzeniu analiz aktywności Badanych, a także ich preferencji w celu poprawy stosowanych funkcjonalności i świadczonych usług;
- dochodzenia roszczeń lub obrony przed nimi – podstawą prawną przetwarzania jest uzasadniony interes Administratora (art. 6 ust. 1 lit. f RODO) polegający na ochronie jego praw.

II. Profilowanie

- W celu realizowania niektórych działań związanych z prowadzeniem badań, Administrator w niektórych przypadkach wykorzystuje profilowanie. Oznacza to, że dzięki automatycznemu przetwarzaniu Danych osobowych Administrator dokonuje oceny wybranych czynników dotyczących podmiotów danych w celu analizy ich zachowania lub stworzenia prognozy na przyszłość. Pozwala to na lepsze dopasowanie przetwarzania do indywidualnych preferencji i zachowań Uczestników. Przetwarzanie danych w taki sposób opiera się na uzasadnionym interesie Administratora (art. 6 ust. 1 lit. f RODO), który polega na prowadzeniu analiz zachowań oraz aktywności Użytkowników, a także ich preferencji mających na celu poprawę jakości oraz adekwatności stosowanych funkcjonalności, usług świadczonych przez Administratora i przeprowadzenia badań.
- W praktyce, profilowanie stosowane przez Administratora objawia się w zakresie i sposobie prowadzonych badań. Dane osobowe zbierane przez Administratora w ramach poszczególnych ankiet oraz poprzez pliki cookies umieszczone w Aplikacji lub na innych stronach, z których korzystają Uczestnicy (w przypadku szczególnych typów badań), mogą odzwierciedlać szczególne zainteresowania poszczególnych Uczestników Programu konkretną tematyką. Administrator informuje, że na podstawie analizy takich danych będzie starał się kierować zaproszenia do kolejnych badań zgodnie z tematyką budzącą zainteresowanie. Nie oznacza to jednakże uniemożliwienia uczestniczenia w kolejnych badaniach żadnym kategoriom Uczestników, ani przymuszania wytypowanych osób do udziału w jakimkolwiek badaniu.

### 3. JAK DŁUGO SPÓŁKA PRZECHOWUJE DANE OSOBOWE

Okres przetwarzania danych osobowych Badanych przez Administratora:

- a) zależy od rodzaju podstawy prawnej i celu przetwarzania. Co do zasady dane przetwarzane są przez czas udziału Uczestnika w badaniu tj. przez okres trwania prawnie uzasadnionego interesu, do czasu zgłoszenia skutecznego sprzeciwu względem przetwarzania danych. W przypadku danych osobowych otrzymanych od Żabka Polska – te dane osobowe będą przetwarzane przez czas trwania prawnie uzasadnionego interesu, jednak nie dłużej niż przez okres obowiązywania umowy pomiędzy Administratorem a Żabka Polska.
- b) może być przedłużony w przypadku, gdy przetwarzanie jest niezbędne do ustalenia i dochodzenia ewentualnych roszczeń lub obrony przed nimi, a po tym czasie jedynie w przypadku i w zakresie, w jakim

będą wymagać tego przepisy prawa. Po upływie okresu przetwarzania dane są nieodwracalnie usuwane lub anonimizowane.

#### **4. KTO MA DOSTĘP DO DANYCH OSOBOWYCH**

I. Spółka realizuje swoje zadania wymienione w pkt. 2 Polityki w porozumieniu z podmiotami, którzy dostarczają narzędzia niezbędne do przeprowadzenia Badań. Państwa dane osobowe mogą być przetwarzane we wskazanych powyżej celach również przez te podmioty. Podmiotami, o których mowa powyżej są:

- a) Forsta Worldwide Inc. 1266 East Main Street Stamford, CT 06902, USA
- b) Pathfinder23 sp. z o. o. ul. Ząbkowska 31 03-736 Warszawa, NIP 7010708448
- c) Gale Partners One World Trade Center Floor 62 New York, NY, USA 10007
- d) Salesforce Inc. 415 Mission St, 3rd Floor San Francisco, CA 94105, USA
- e) Justtag Sp. z o.o. Aleje Ujazdowskie 13 00-567 Warszawa, NIP 7010382337

II. Dane osobowe Badanych mogą być przekazywane:

- a) podmiotom przetwarzającym dane osobowe na zlecenie Spółki, w tym w szczególności dostawcom usług IT, narzędzi analitycznych i marketingowych oraz podmiotom takim jak agencje marketingowe (w zakresie usług marketingowych);
- b) właściwym organom bądź osobom trzecim, które zgłoszą żądanie udzielenia takich informacji, opierając się na odpowiedniej podstawie prawnej oraz zgodnie z przepisami obowiązującego prawa.

#### **5. PRAWA OSÓB, KTÓRYCH DANE DOTYCZA**

Wszystkim osobom, których dane są przetwarzane przez Spółkę, przysługują odpowiednie prawa wynikające z RODO. W związku z tym przysługują Państwu następujące prawa:

- a) prawo dostępu do swoich danych oraz otrzymania ich kopii;
- b) prawo do sprostowania (poprawiania) swoich danych;
- c) prawo do usunięcia danych,
- d) prawo do ograniczenia przetwarzania danych;
- e) prawo do wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania danych – w zakresie przetwarzania danych osobowych do celów wynikających z prawnie uzasadnionych interesów Spółki na potrzeby marketingu bezpośredniego;
- f) prawo do wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania danych na podstawie prawnie uzasadnionych interesów Spółki (w celach innych niż marketing bezpośredni) na z uwagi na swoją szczególną sytuację;
- g) prawo do przenoszenia danych – w zakresie przetwarzania danych osobowych na podstawie zgody lub umowy oraz w sposób zautomatyzowany;
- h) prawo do wniesienia skargi do organu nadzorczego, w Polsce do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, ul. Stawki 2, 00-193 Warszawa.

#### **6. PRAWO DO COFNIĘCIA ZGODY**

W niektórych sytuacjach możemy poprosić Państwa o wyrażenie zgody na przetwarzanie danych (np. w celach marketingowych). Jeżeli udzielili nam Państwo zgody na przetwarzanie swoich danych osobowych, przysługuje Państwu prawo do cofnięcia zgody w dowolnym momencie. Cofnięcie zgody nie ma wpływu na zgodność z prawem przetwarzania danych, którego dokonano na podstawie zgody przed jej wycofaniem. Cofnięcia zgody można dokonać poprzez kontakt pod adresem [rodo@in-pulse.com](mailto:rodo@in-pulse.com).

## **7. CZY PODANIE DANYCH OSOBOWYCH JEST OBOWIĄZKIEM**

W przypadku Badanych, udział w badaniach i podanie Danych osobowych jest dobrowolne, ale konieczne do przeprowadzenia badań. Brak podania Danych osobowych uniemożliwia udział w badaniach.

W przypadkach, gdy zbieramy Państwa dane na podstawie zgody, podanie Danych osobowych jest dobrowolne.

## **8. PRZEKAZYWANIE DANYCH OSOBOWYCH DO PAŃSTW TRZECICH**

Administrator może przekazywać Dane osobowe Badanych poza Europejski Obszar Gospodarczy (EOG). Poziom ochrony Danych osobowych poza EOG różni się od tego zapewnianego przez prawo europejskie. Z tego powodu Administrator przekazuje Dane osobowe poza EOG tylko wtedy, gdy jest to konieczne, i z zapewnieniem odpowiedniego stopnia ochrony, przede wszystkim poprzez:

- a) współpracę z podmiotami, które przetwarzają Dane osobowe w państwach, w odniesieniu do których została wydana stosowna decyzja Komisji Europejskiej dotycząca stwierdzenia zapewnienia odpowiedniego stopnia ochrony Danych osobowych. W niektórych wypadkach Komisja Europejska wymaga dodatkowo, aby taki podmiot przetwarzający uczestniczył w zatwierdzonych przez nią programach zrzeczających podmioty spoza EOG, których uczestnicy mają obowiązek zapewnienia Danym osobowym taką samą ochronę, jaka przysługuje im w Unii Europejskiej;
- b) stosowanie standardowych klauzul umownych wydanych przez Komisję Europejską wraz z wymaganymi dodatkowymi środkami bezpieczeństwa zapewniają one Danym osobowym taką samą ochronę, jaka przysługuje im w Unii Europejskiej;
- c) stosowanie wiążących reguł korporacyjnych, zatwierdzonych przez właściwy organ nadzorczy.

Administrator zawsze informuje o zamiarze przekazania danych osobowych poza EOG na etapie ich zbierania.

## **9. JAK SIĘ Z NAMI SKONTAKTOWAĆ**

Wyzaczyliśmy Inspektora Ochrony Danych, z którym możesz się skontaktować w sprawach ochrony swoich danych osobowych przez:

- a) pod adresem e-mail: [rodo@in-pulse.com](mailto:rodo@in-pulse.com);
- b) pisemnie na adres siedziby Spółki:

data2brands spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, ul. Żąbkowska 31, 03-736 Warszawa.

## **10. ŹRÓDŁO POCHODZENIA DANYCH OSOBOWYCH**

Dane osobowe:

- Badanych – Administrator zbiera we własnym zakresie lub pozyskuje je bezpośrednio od Badanych, np. kiedy podają je w ankietach internetowych, w tym wpisując swoje opinie i wystawiając oceny. Administrator,
- Badanych – Administrator zbiera także od Żabka Polska dane za pośrednictwem Aplikacji tj. w szczególności informacje takie jak ID Uczestnika, ID urządzenia z którego korzysta Uczestnik, wiek i płeć oraz w zakresie dotyczącym sposobu korzystania przez Badanych z Aplikacji tj. ich zwyczajów zakupowych.

## **11. PRZETWARZANIE DANYCH PRZEZ ADMINISTRATORA NA POTRZEBY BADAŃ**

Administrator realizuje następujące rodzaje badań i przetwarza dane osobowe Badanych biorących w nich udział w następujący sposób:

- Customer&Shopper To The Point Survey: badanie koncentruje się na analizie danych sprzedażowych i zachowań konsumentów, w tym danych pochodzących z Aplikacji. Przeprowadzane jest w formie krótkich dialogów z uczestnikami badania. Administrator analizuje informacje o zakupach dokonanych

przez Badanego oraz jego zwyczajach zakupowych, które następnie łączy z odpowiedziami udzielonymi przez Badanego podczas tych dialogów. Celem tego przetwarzania jest zrozumienie opinii Badanego oraz przewidywanie przyszłych trendów zakupowych wśród konsumentów.

- Claims/Idea/Concept Test: badanie to polega na ocenie koncepcji i opinii o produktach poprzez ankiety skierowane do Badanych. Administrator przetwarza dane przez analizę rzeczywistych zakupów dokonanych przez Badanego oraz zbiera informacje o preferencjach i zwyczajach zakupowych z Aplikacji. Następnie łączy te dane z odpowiedziami udzielonymi przez Badanego w ramach ankiet. Celem przetwarzania jest zgromadzenie opinii Badanych na temat określonych koncepcji produktowych oraz przewidywanie przyszłych trendów konsumenckich.
- Customer&Shopper Asset Test: badanie mierzy efektywność reklam i zasobów, łącząc dane behawioralne z wynikami rzeczywistych kampanii. Administrator przetwarza dane przez analizę interakcji Badanego z reklamami oraz jego aktywności w ramach Aplikacji, a także jego zakupów. Następnie te informacje są integrowane z wynikami ankiet i rzeczywistych kampanii reklamowych, w których uczestniczył Badany. Celem przetwarzania jest ocena skuteczności poszczególnych zasobów reklamowych oraz przewidywanie przyszłych zachowań zakupowych konsumentów.
- Customer&Shopper Tracking: badanie to opiera się na monitorowaniu zachowań konsumentów w miejscu sprzedaży oraz analizie typu single-source. Umożliwia ono ocenę kondycji marki przez cały rok i dostarcza danych o skuteczności działań marketingowych. Administrator przetwarza dane przez zbieranie informacji o interakcjach Badanego z produktami oraz jego zwyczajach zakupowych zebranych z aplikacji. Te dane są następnie łączone z wynikami obserwacji w miejscu sprzedaży. Celem przetwarzania jest bieżące poznawanie preferencji konsumentów, ocena reakcji na działania marketingowe i przewidywanie przyszłych trendów zakupowych.
- Customer&Shopper (Geo)Segmentation: badanie to polega na analizie zachowań kupujących, uwzględniając lokalizację geograficzną oraz dane demograficzne i behawioralne. Administrator przetwarza dane przez zbieranie informacji o dokonanych zakupach przez Badanego oraz jego lokalizacji i demografii uzyskiwanych z Aplikacji. Te informacje są integrowane z danymi pochodzącymi z zachowań zakupowych i odpowiedziami uzyskanymi podczas interakcji z Administratorem. Celem przetwarzania jest zrozumienie preferencji kupujących w różnych lokalizacjach oraz optymalizacja działań marketingowych poprzez przewidywanie trendów zakupowych konsumentów.
- Product Test: badanie to składa się z dwóch etapów i ma na celu ocenę końcowej akceptacji produktu oraz identyfikację jego głównych cech przed wprowadzeniem na rynek. Administrator przetwarza dane, analizując zakupy dokonane przez Badanego i informacje o jego preferencjach zebrane z Aplikacji. Te dane są następnie połączone z odpowiedziami udzielonymi przez Badanego podczas interakcji z Administratorem. Celem przetwarzania jest uzyskanie opinii Badanych na temat produktu oraz przewidywanie, jak produkt zostanie odebrany na rynku i jakie atrybuty będą kluczowe dla jego sukcesu.