

# 해외 개인정보보호 동향 보고서

핫이슈

2019년 7월

# 온라인 광고 실시간 입찰(RTB) 시스템의 개인정보 침해 이슈 분석(2)

## < 목 차 >

- 1. 배경 및 개요
- 2. ICO가 제기하는 RTB 시스템의 개인정보보호 관련 이슈
  - (1) 적법성의 근거
  - (2) 개인정보의 유형
  - (3) 투명성 부족
  - (4) 데이터 공급망
  - (5) 데이터보호영향평가
  - (6) 문제 해결을 위한 광고업계의 노력과 성과
- 3. 결론 및 향후 대응방안

### 1. 배경 및 개요

- ▶ 영국의 개인정보보호 감독기구 ICO는 2019년 6월 20일 발표한 보고서(Update report into adtech and real time bidding)를 통해<sup>1</sup> 온라인 광고의 실시간입찰 방식이 개인정보보호 법령에 위배될 가능성<sup>2</sup>에 대해 검토
  - ICO는 실시간광고입찰(Real-time bidding, RTB) 시스템의 공급망 내에서 동의 확보·투명성 보장·과도한 데이터 수집 금지 등의 원칙이 충분히 지켜질 수 없는 "체계적인 문제(systemic problems)"가 있다는 결론을 제시

1 단, ICO는 이 보고서의 내용이 가이드라인이나 법적 구속력을 갖는 공식적인 결정사항은 아니며, 다만 현 시점에서 ICO의 견해와 판단을 제시한 것이라고 설명

2 실시간광고입찰(RTB) 프로세스에서는 대규모로 이용자데이터를 수집한 뒤 광고플랫폼 업체에 제시하는 방식이 활용되는데, 입찰요청을 통해 노출되는 데이터는 이용자가 읽거나 보고 있는 콘텐츠, 위치 정보, IP주소, 기기 세부 정보, 여러 유형의 추적ID 등임. 이때 정보주체는 그 데이터를 볼 수 있는 광고 입찰자를 누구로 할 것인지에 대해 통제할 수 없으며, 따라서 RTB를 통한 데이터 노출은 EU GDPR 제5조(개인 정보의 처리 원칙)와 제6조(처리의 적법성)에 위배된다는 지적이 제기됨

- 앞서 1편에서 RTB의 원리와 특징을 개관하고 개인정보보호 측면에서 RTB 방식에 대해 문제가 제기된 최근 사례 및 동향을 검토한 데 이어, 2편에서는 RTB 시스템의 데이터 처리 관행과 개인정보보호 이슈에 대한 ICO의 판단 내용을 정리하고 향후 대응 방안에 대한 전망 및 시사점을 제시

## 2. ICO가 제기하는 RTB 시스템의 개인정보보호 관련 이슈

### (1) 적법성의 근거

- ▶ 실시간광고입찰(Real-time bidding, RTB) 참가자들은 스스로를 ‘데이터 컨트롤러’로 정의하지만, 개인정보 처리의 적법성(lawfulness of processing)에 대한 근거는 결여되어 있는 상황
  - ICO에 따르면, 일부 참가자들은 ‘데이터 컨트롤러의 정당한 이익(legitimate interests)’<sup>3</sup>을 개인정보 처리 및 쿠키 사용의 근거로 제시하고 있으나 이는 PECR(The Privacy and Electronic Communications Regulations)에 대한 이해 부족에서 발생한 오해에 불과
    - GDPR이 제시하는 데이터 컨트롤러의 정당한 이익이 충족되는 경우에도, 온라인 광고와 관련하여 쿠키를 이용하게 되는 상황에서는 PECR의 적용도 함께 받아야 한다는 것이 ICO의 입장
  - PECR은 쿠키 혹은 이와 유사한 기술을 사용하는 경우 △사용 목적에 대한 명확하고 포괄적인 정보를 제공하고 △해당 정보의 저장 또는 해당 정보에 대한 접근을 거부 할 기회를 보장하도록 요구 [PECR 6(2) 참조]<sup>4</sup>
  - PECR 제6조에는 이러한 요구조건이 면제되는 경우가 제시되어 있으나, 온라인 광고와 RTB에는 적용되지 않는다는 것이 ICO의 판단

3 개인정보를 제공받을 수 있는 컨트롤러의 정당한 이익이나 제3자의 정당한 이익 등 컨트롤러의 정당한 이익은 처리의 법적 근거가 될 수 있다. 다만 컨트롤러와의 관계를 기반으로 정보주체가 합리적으로 예상하는 바를 고려하여 정보주체의 이익 또는 기본권 및 자유가 우선시 되지 않는 경우에 한하여 그러하다. 이러한 정당한 이익은 정보주체가 컨트롤러의 고객이거나 컨트롤러의 서비스를 이용 중인 경우 등 정보주체와 컨트롤러 간에 타당하고 적절한 관계가 있을 때 존재할 수 있다. 어떠한 경우에도 정당한 이익의 존재에 대해서는 정보주체가 정보수집의 시점 및 정보수집의 상황에서 이러한 목적으로 정보가 처리될 수 있을 것이라고 합리적으로 예상할 수 있는지 여부 등에 관한 신중한 평가가 필요하다. 정보주체의 이익과 기본권은 특히 정보주체가 추가적 개인정보 처리에 대해 합리적인 예상을 하지 못한 상황에서 개인정보가 처리되는 경우 컨트롤러의 이익에 우선할 수 있다. 공공기관이 개인정보를 처리하는 법적 근거는 입법기관(the legislator)이 법률로써 규정한다는 점을 고려하면 공공기관이 본연의 업무를 수행할 때 발생하는 처리에는 해당 법적 근거가 적용되지 않는다. 사기 방지의 목적으로 반드시 필요한 처리 또한 해당 컨트롤러의 정당한 이익에 해당한다. 직접 마케팅(direct marketing)을 목적으로 하는 개인정보의 처리는 정당한 이익을 위해 시행된 것으로 간주될 수 있다 (GDPR 전문 47항)

4 6(2) The requirements are that the subscriber or user of that terminal equipment—  
 (a) is provided with clear and comprehensive information about the purposes of the storage of, or access to, that information; and  
 (b) is given the opportunity to refuse the storage of or access to that information.  
<http://www.legislation.gov.uk/uk/si/2003/2426/made>

- 예컨대, 제6조의 면제 조건 중 RTB에 적용 가능성을 검토해볼 수 있는 것은 “가입자 또는 사용자가 요청한 정보 사회 서비스를 제공하기 위해 정보의 저장 또는 저장된 정보에 대한 액세스가 엄격히 필요한(strictly necessary) 경우”<sup>5</sup>뿐이지만<sup>6</sup>, 그 역시도 광고 목적으로 사용되는 쿠키가 “엄격히 필요한” 것은 아니라는 점에서 적용 불가
- 29조 작업반이 쿠키의 동의 면제에 관해 제시한 지침(Opinion 04/2012)에서는 면제 조건을 적용할 경우 △서비스 제공자가 아닌 이용자의 관점에서 꼭 필요한 것을 검토해야 하고 △제3자 광고를 위한 쿠키는 동의에서 면제될 수 없으며 △제3자 광고와 관련된 운영상의 목적에 대해서도 동의가 필요하다는 점을 명시

(2) 개인정보의 유형

- ▶ (특별한 유형의 개인정보) RTB의 입찰 요청(bid request) 과정에서 ‘특별한 유형의 개인정보(special category data, 민감정보)’<sup>6</sup>가 처리되고 있지만<sup>7</sup>, 이를 위한 선결 조건은 충족되지 않은 상태
  - ICO가 조사한 RTB 시스템에서는 개인의 정치, 종교, 민족, 정신건강, 신체건강 관련 데이터가 처리되고 있었으며, 입찰 요청에는 이러한 데이터 필드와 함께 사용기기의 ID, 쿠키 ID, 위치 데이터 등과 같은 기타 사용자 정보도 포함
  - 이러한 데이터는 엉뚱한 사이트에 온라인 광고가 게재될 위험을 방지하기 위한 목적뿐만 아니라, 표적 광고를 위해 온라인 이용자들을 구분(segmentation)하는 목적으로도 활용
  - RTB 환경에서 ‘특별한 유형의 개인정보’를 처리하는 것은 △인종·민족, 정치적 견해, 종교적·철학적 신념, 노동조합의 가입 여부를 나타내는 개인정보의 처리와 △유전자 정보, 개인을 고유하게 식별할 수 있는 생체 정보, 건강 정보, 성생활·성적 취향에 관한 정보의 처리를 금지하는 EU GDPR에 위배 [GDPR 9(1) 참조]
  - EU GDPR 제9조 제1항에 대한 예외 조건<sup>8</sup>이 적용되지 않는 한 ‘특별한 유형의 개인정보’의

5 PECR 6(4)(b) 참조

6 ‘특별한 유형의 개인정보(special category data)’는 GDPR이 더 민감하고 더 많은 보호가 필요하다고 규정한 개인 데이터<sup>6</sup>로서, 이러한 유형의 데이터는 개인의 기본 권리와 자유에 더 큰 위험을 초래할 수 있음

7 직접 또는 추론에 의한(directly or by inference) 처리가 모두 포함됨

8 GDPR 9(2)(b),(g),(h),(i) (j) 참조

(b) 고용, 사회보장, 사회보호법 분야에서 개인정보처리자나 개인정보주체의 의무를 이행하고 특정 권리를 행사하기 위한 목적으로 처리가 필요한 경우. 단, 그 처리는 유럽연합 또는 회원국 법률이나 개인정보주체의 기본적 권리 및 이익에 대한 적절한 안전조치를 규정하는 회원국 법률에 따라 체결된 단체협약에 의해 승인되어야 한다.

(g) 추구하는 목표에 비례하도록 유럽연합 또는 회원국 법률에 근거하여 상당한 공익상의 이유로 처리가 필요한 경우와 개인정보보호권의 본질을 존중하고 개인정보주체의 기본적 권리 및 이익을 보호하기 위해 적절하고 구체적인 조치를 제공하는 경우

(h) 예방의학 또는 직업의학의 목적으로 처리가 필요한 경우 및 피고용인의 업무능력 평가, 의학적 진단, 의료서비스 또는 사회복지 또는 치료의 제공, 또는 유럽연합 또는 회원국 법률에 근거하거나 의료전문가와와의 계약에 의거하고 제3항의 조건 및 안전조치에 따라 의료 또는 사회복지 제도나 서비스의 관리를 위해 처리가 필요한 경우

(i) 회원국 간의 중대한 건강 위협으로부터 보호하거나 의료서비스·의약품·의료장비의 높은 품질과 안정성을 보장하는 등 공중보건

2019년 7월

처리는 금지되기 때문

- 명시적인 동의가 있을 경우 이러한 개인정보의 처리가 가능하지만, 현재 활용되는 RTB 시스템은 적절한 동의 메커니즘을 갖추지 못한 만큼 현행 동의 메커니즘을 수정하지 않는 한 ‘특별한 유형의 개인정보’ 처리는 불가능 [GDPR 9(2)(a) 참조]
- RTB 참여자들이 EU GDPR 제6조에 언급된 ‘정당한 이익(legitimate interests)’을 근거로 ‘특별한 유형의 개인정보’를 처리하는 경우에도 EU GDPR 제9조를 만족시켜야 한다는 것이 ICO의 판단

▶ (일반 개인정보) ‘특별한 유형의 개인정보’가 아닌 일반 개인정보가 포함된 입찰 요청의 경우 ‘명시적인 동의’가 필요하지는 않으나, 이러한 개인정보를 처리하기 위해 쿠키를 사용하게 되므로 PECR에 의거한 동의 요건을 적용

- 29조 작업반의 지침(Opinion 04/2012)에 따르면, 동일한 생태계 내에서 데이터가 유효하게 유지되는 경우에는 차후에 이어지는 데이터 처리에도 동의 요건을 적용
- 마케팅 활동의 ‘정당한 이익(legitimate interests)’을 근거로 개인정보를 처리할 수 있다는 RTB 참가자들의 주장에 대해, ICO는 RTB 내에서 이루어지는 개인정보 처리의 특성상 정보주체의 이익과 권리 보호를 위한 책임 있는 활동이 불가능하므로 ‘정당한 이익’을 주장하기 위한 여건에 부합하기 어렵다고<sup>9</sup> 반박
- ICO에 따르면, 일부 RTB 참가자들 사이에서 동의 요건을 충족시키는 것보다는 ‘정당한 이익’을 주장하는 것이 더 용이하다는 인식이 확산되어 있으나 이는 ‘정당한 이익’이

분야에서 공익상의 이유로, 특히 직무상의 기밀 등 개인정보주체의 권리와 자유를 보호하기 위해 적절하고 구체적인 조치를 규정하는 유럽연합 또는 회원국 법률에 근거하여 처리가 필요한 경우

jj) 추구하는 목적에 비례하고, 개인정보보호권의 본질을 존중하며, 개인정보주체의 기본적 권리 및 이익을 보호하기 위해 적절하고 구체적인 조치를 제공하는 유럽연합 또는 회원국 법률에 근거하여, 제89조(1)에 따라 공익적 기록보존 목적, 과학적 또는 역사적 연구 목적, 또는 통계적 목적을 위해 처리가 필요한 경우

9 (GDPR 전문 47항 참조)

개인정보를 제공받을 수 있는 컨트롤러의 정당한 이익이나 제3자의 정당한 이익 등 컨트롤러의 정당한 이익은 처리의 법적 근거가 될 수 있다. 다만 컨트롤러와의 관계를 기반으로 정보주체가 합리적으로 예상하는 바를 고려하여 정보주체의 이익 또는 기본권 및 자유가 우선시 되지 않는 경우에 한하여 그러하다.

(GDPR 전문 60항 참조)

공정하고 투명한 정보처리의 원칙에 따라 정보주체는 정보처리 방식의 존재와 및 그 목적에 대해 통지 받아야 한다. 정보처리자는 개인정보가 처리되는 구체적인 상황 및 맥락을 참작하여 공정하고 투명한 정보처리 보장에 필요한 모든 추가적인 정보를 정보주체에 제공해야 한다. 또한 정보주체는 프로파일링 유무와 해당 프로파일링의 결과에 대해 고지 받아야 한다. 정보주체로부터 개인정보가 수집되는 경우, 해당 정보주체는 본인이 개인정보 제공의 의무가 있는지의 여부 및 해당 정보를 제공하지 않을 경우의 결과에 대해 고지 받아야 한다.

(GDPR 전문 69항 참조)

정당한 이익에 근거하여 개인정보를 처리하는 경우, 정보주체는 자신의 특수한 상황에 대한 이유로 개인정보 처리가 다음 두 가지 특수한 목적에 근거한 경우에 반대권을 행사할 수 있다.

① 제6조제1항(e)에 따른 공익을 위한 업무, 공적 권리를 위하여 필요한 개인정보 처리

② 제6조제1항(f)에 따른 정당한 이익에 근거한 처리

그리고 컨트롤러는 다음 경우가 아닌 한 개인정보의 처리를 중단하여야 한다. 다음에 관한 입증 책임은 컨트롤러에게 있다

① 정보주체의 이익이나 권리 및 자유보다 더 중요하고 강력한 정당한 근거를 입증할 수 있는 경우

② 그 처리가 법적 청구권의 확정, 행사 또는 방어를 위한 것인 경우

성립하기 위한 요구조건을 숙지하지 못해 발생한 오해

- 요컨대 RTB 시스템에서 개인정보를 처리할 수 있는 적법한 근거는 오직 '동의'를 통해서만 확보할 수 있으며 현재 광고기술(Adtech) 업계에서는 이에 대한 인식이 결여되어 있다는 것이 ICO의 평가

### (3) 투명성 부족

- ▶ 현재 RTB 시스템에서는 개인정보보호에 관한 명확한 정보가 제공되지 않고 있으며, 이에 따라 정보주체가 개인정보의 수집·처리·이용·공유에 대해 파악하기 어려운 상황
  - 온라인 환경에서는 이러한 정보를 제공하는 것이 불가능하거나 어렵다는 주장이 제기되고 있으나, 그것이 △개인정보 이용에 대한 '명확하고 포괄적인 정보 제공을 요구하는 PECR의 규정이나 [PECR 6(2) 참조] △ 개인정보가 정보주체로부터 직접 수집되는 경우와 정보주체로부터 직접 수집되지 않은 경우에 각각 제공되어야 하는 정보를 명시한 EU GDPR의 요구사항을 [GDPR13, 14 참조] 무시할 수 있다는 의미는 아님
  - RTB 생태계의 복잡성과 불투명성을 고려할 때, 다음과 같은 한계점과 문제가 발생
    - 예컨대 IAB Europe의 RTB 시스템인 TCF의 경우, 450개 이상의 조직이 참여하고 있으며 정보주체가 실제로 방문하는 온라인 서비스에는 각각 별도의 개인정보보호 처리방침이 적용되고 있는 상황
    - 따라서, 이러한 참가자들이 TCF로부터 개인정보가 포함된 데이터 패키지를 입수하는 경우 실제로 어떻게 이용하고 있는지 통제하기 어려우며, 또 다른 제3자가 데이터를 공유 및 이용하는 것을 제어할만한 장치도 부재
    - RTB의 특성상 개인정보를 직접 수집한 조직이 특정한 '수신자 또는 수신자 범주'를 지정하기 어렵다는 점에서 [GDPR13, 14 참조], 정보수집 당시 획득한 동의 요건에 의거하여 제3자 조직이 개인정보를 처리하기 어려운 구조
  - RTB 프레임워크에는 개인정보보호에 대한 수칙이 포함된 기본 프로토콜에 대한 광범위한 문서가 마련되어 있으나, 매우 길고 상세하며 기술적인 내용을 RTB 참가자들이 모두 파악할 것으로 기대하기는 어려운 상황
    - 이에 대한 해결책으로 RTB 참가자가 이러한 문서 내용을 숙독하지 않고도 프로토콜을 적용할 수 있는 기술 솔루션 개발이 추진되고 있으나, 현재로서는 EU GDPR이 요구하는 책임성의 원칙(accountability principle)을 충족하지 못하는 것으로 평가
  - RTB 생태계에서는 수많은 조직들이 사용자 프로필을 작성하고 공유하는 작업이 이루어지고 있으며, 이러한 프로필은 다른 출처에서 수집한 정보들과 결합하여 계속 증강되는 반면 정보주체는 그러한 개인정보 처리가 진행되고 있는 상황을 명확하게

2019년 7월

파악할 수 없다는 점에서 위험성과 불투명성이 증가

#### (4) 데이터 공급망

- ▶ RTB 시스템에서 입찰 요청이 불특정 다수에게 전송될 수 있는 만큼 개인정보 처리방침이 미비하거나 데이터 보호규정의 요구사항을 충족하지 않는 조직들도 개인정보 처리가 가능
  - 이에 따라 개인정보가 의도와는 달리 공유되거나 의도하지 않은 방식으로 이용되는 등 '데이터 유출'의 위험을 초래
  - 글로벌 규모의 RTB 시스템에서는 참가자들이 특정 지역의 관할권을 벗어나 있다는 점에서 개인정보 국외 전송의 문제도 발생
  - 이와 관련, ICO는 여러 참가자가 온라인 사용자에게 대한 정보를 동시에 수신하는 RTB 시스템에서 개인정보의 보유 및 처리를 통제할 수 있는 기술적 장치나 보증이 미비하다는 점을 지적

#### (5) 데이터보호영향평가

- ▶ RTB는 데이터보호영향평가(DPIA)가 요구되는 조건을 갖추고 있지만, 현재로서는 모든 RTB 참여자들이 DPIA의 요구사항에 대해 완전히 인지하고 있다는 증거를 찾기 어려운 상황
  - ICO는 EU GDPR 제35조 제3항<sup>10</sup>의 내용과 GDPR 제35조 제4항<sup>11</sup>에 의거하여 DPIA가 반드시 요구되는 개인정보처리 사례들(Examples of processing 'likely to result in high risk')<sup>12</sup>을 제시한 바 있으며, RTB는 이러한 조건에 해당
  - 또한 관련 업계 종사자들 외에는 RTB가 존재한다는 사실부터 RTB의 작동 방식이나 개인정보 처리의 문제점 등에 대해 분명히 알고 있는 경우가 극히 드물다는 점에서도 DPIA는 반드시 필요

#### (6) 문제 해결을 위한 광고업계의 노력과 성과

10 EU GDPR 제35조 제1항에 규정된 개인정보보호 영향평가는 특히 다음 각 호의 경우 요구되어야 한다.

- (a) 프로파일링 등의 자동화된 처리에 근거한 개인에 관한 개인적 측면을 체계적이고 광범위하게 평가하는 것으로 해당 평가에 근거한 결정이 해당 개인에게 법적 효력을 미치거나 이와 유사하게 개인에게 중대한 영향을 미치는 경우
- (b) 제9조(1)에 규정된 특정범주의 개인정보에 대한 대규모 처리나 제10조에 규정된 범죄경력 및 범죄 행위에 관련된 개인정보에 대한 처리
- (c) 공개적으로 접근 가능한 지역에 대한 대규모의 체계적 모니터링

11 개인정보보호 감독기구는 제35조 제1항에 따라 개인정보보호 영향평가의 요건이 적용되는 처리 작업의 종류의 목록을 작성 및 공개해야 한다. 감독기구는 제68조에 규정된 유럽정보보호이사회에 해당 목록을 통보해야 한다. (EU GDPR 35(4))

12 구체적인 목록 및 사례는 아래 링크 페이지 참조 가능

<https://ico.org.uk/for-organisations/guide-to-data-protection/guide-to-the-general-data-protection-regulation-gdpr/data-protection-impact-assessments-dpias/examples-of-processing-likely-to-result-in-high-risk/>

- ▶ RTB 생태계의 운영 방식을 개선하기 위한 다양한 노력이 전개되고 있으며, 이를 통해 개인정보보호와 관련한 문제들이 해소될 수 있기를 기대
  - 유럽의 광고 산업 협회인 IAB Europe(Interactive Advertising Bureau Europe)이 투명성 및 동의에 관한 프레임워크(Transparency and Consent Framework)의 업데이트를 추진하는 것이 대표적인 사례<sup>13</sup>
    - 이 프레임워크는 소비자에게 데이터의 수집·동의 획득 관련 사항을 고지하고 온라인 광고 회사에 해당 동의에 대해 알리기 위한 표준화 된 기술을 제시
    - 이와 함께, 개인화된 광고, 맞춤형 콘텐츠, 광고 실적 측정 등 12가지 목적을 위한 데이터 이용에 동의 하는지 여부를 소비자에게 물을 수 있는 새로운 변경 내용도 추가
  - 정보주체가 보유한 기기 내에서 RTB '프로세스'의 일부를 실행함으로써 제3자와 공유해야 하는 개인정보의 양을 제한하는 새로운 기술도 개발 중
  - 그러나 ICO는 이러한 노력들이 실질적인 성과를 창출하거나, 우려를 충분히 해소하거나, 시장에서 자발적으로 채택되지는 않는 것으로 판단

### 3. 결론 및 향후 대응방안

- ▶ RTB 생태계에서는 개인정보보호 요구사항에 대한 이해가 충분히 반영되지 않고 있으며, RTB 실행 과정에서 다음과 같은 개인정보침해 우려가 있는 것으로 판단되는 만큼 이를 개선하기 위한 조치가 필요
  - 첫째, RTB 참여자들은 정보주체의 '동의(consent)'보다는 '데이터 컨트롤러의 정당한 이익(legitimate interests)'에 근거한 개인정보처리 관행을 통해 데이터 수집 단계에서 적법하지 않은 활동을 수행
  - 둘째, '정당한 이익'에 근거하여 개인정보를 처리할 수 있는 경우에도 RTB 생태계 참가자들이 적절한 보호조치를 수행했다는 사실을 입증하는 것이 필요
  - 셋째, RTB 생태계에서는 정보주체의 명시적 동의가 없는 상태에서 '특별한 유형의 개인정보'를 처리하는 문제가 발생하고 있으며, '특별한 유형의 개인정보'를 처리할 경우 정보주체에게 해를 끼칠 가능성이 높아지는 만큼 더 강력한 보호 조치가 필요
  - 넷째, 법령에 규정된 데이터보호영향평가(DPIA) 요구사항에 대한 RTB 참가자들의 이해 수준과 준수 노력이 미흡한 만큼 RTB 관련 위험요소가 완전히 파악되거나 완화되지 않은 상태이며 이를 개선하기 위한 노력이 필요

13 <https://martechtoday.com/exclusive-iab-europe-to-release-updated-consent-framework-google-to-sign-on-230704>



2019년 7월

- 다섯째, 개인정보 처리와 관련하여 정보주체에게 제공되는 정보는 불명확하고 지나치게 복잡하며, TCF(Transparency and Consent Framework)와 Authorized Buyers 같은 현행 RTB 프레임워크는 △투명하고 공정한 개인정보 처리나 △자유롭고 정보에 입각한 동의를 보장하지 못하는 것으로 평가
  - 여섯째, 정보주체가 인지하지 못하는 가운데 이용자 프로파일 데이터가 단 한 번의 입찰 요청을 통해 다수의 조직에게 매우 상세하고 반복적으로 공유되는 문제가 발생
  - 일곱째, RTB의 입찰 요청 처리 과정에서 데이터의 전송 및 보유 시 개인정보보호를 위한 일관되고 적절한 기술적·조직적 조치가 미흡하며 국외전송 과정에 요구되는 보호 조치도 이루어지지 않는 상황
  - 여덟째, 데이터 최소화 원칙이나 데이터 보유에 대한 통제도 미흡한 것으로 평가
  - 아홉째, RTB 생태계 내에서 정보주체의 개인정보에 보안 문제가 발생할 가능성이 큰 것으로 우려
- ▶ ICO는 △명시적 동의 없이 특별한 유형의 개인정보가 처리되는 문제와 △데이터 공급망의 복잡성 문제를 최우선 과제로 판단하고 이에 대한 추가 분석 및 탐색을 수행할 수 있는 방안과 계획을 제시
- (정보수집 활동) RTB가 데이터 보호에 미치는 영향에 대한 추가 조사를 위해 2019년 7월부터 데이터 공급망, 프로파일링, DPIA와 관련된 정보수집 활동을 수행
  - (주요 이해 관계자의 참여) 주요 이해 관계자들과 지속적으로 소통하고, 2019년 가을 ‘Fact-Finding Forum’과 유사한 행사를 통해 상호 대화와 RTB 개선을 위한 진행 상황을 공유하며, IAB Europe과 Google 등 RTB 플랫폼 사업자와 상호 협력을 유지
  - (개인정보보호 감독기구간 협력) 유럽의 다양한 국가에서 RTB에 대한 불만이 제기된 만큼 유럽 내 개인정보보호 감독기구들과 협력하고 정보를 공유
  - (일제조사 실시) RTB와 관련해 더 많은 정보를 얻기 위해 6개월 후 관련 업계에 대한 일제조사를 실시할 수 있으며, 조사의 범위와 성격은 향후 수 개월간 정보수집 활동을 통해 ICO가 파악하게 될 내용에 따라 결정
  - (추가 보고서 발표) 이러한 활동 이후에도 RTB와 광고기술(adtech) 분야에 대한 지속적인 점검을 수행하며, 이를 바탕으로 2020년 추가 보고서를 발행하는 방안도 검토

Reference

1. CampaignLive, ICO tech chief warns reform of real-time bidding is 'in the balance', 2019.8.9.
2. GDPR Today, Ad Tech GDPR complaint is extended to four more European regulators, 2019.6.11.
3. ICO, Update report into adtech and real time bidding, 2019.6.20
4. JAXenter, ICO report reveals real time buying puts your data at risk, 2019.8.15.
5. JD Supra, Continuing GDPR Pressure for Adtech, 2019.8.6.
6. Lexology, UK privacy regulator issues a warning to the adtech industry, 2019.7.31.
7. Mashable, Privacy activists say online ad industry knowingly violated GDPR, 2019.5.20.
8. Marketing Land, "UK regulator says real-time bidding violates GDPR", 2019.6.25.
9. Tech Crunch, Adtech veteran Quantcast is latest tech giant to face GDPR privacy probe, 2019.5.2.



발행일 2019년 7월

발행 및 편집 한국인터넷진흥원 개인정보보호본부 개인정보정책기획팀

주소 전라남도 나주시 진흥길 9 빛가람동 (301-2) Tel 1544-5118

- ▶ 본 동향보고서의 내용은 한국인터넷진흥원의 공식적인 입장과는 다를 수 있습니다.
- ▶ 해외 개인정보보호 동향보고서의 내용은 무단 전재할 수 없으며, 인용할 경우 그 출처를 반드시 명시하여야 합니다.