

ICA Sverige AB  
171 93 Solna

## **Beslut efter tillsyn enligt personuppgiftslagen (1998:204)**

### **Datainspektionens beslut**

Ärendet avslutas.

### **Redogörelse för tillsynsärendet**

Datainspektionen har uppmärksammats på att ICA Sverige AB (ICA) under hösten 2008 genomfört en marknadsföringskampanj ”Mina varor” där kunder som använder ICA Kort fått personliga rabatterbjudanden på ett antal varor som han eller hon brukar köpa dvs. s.k. inköpsbaserad reklam.

Redan 2004 granskade Datainspektionen ICA:s behandling av kunduppgifter för ändamålet inköpsbaserad reklam. I beslut den 7 januari 2004 (dnr 1583-2007) konstaterade inspektionen att ICA använder sig av s.k. inköpsbaserad reklam och i samband med detta registrerar vilka varor som kunden köper på artikelnivå. Vidare gjorde Datainspektionen bedömningen att en förutsättning för att denna behandling ska vara förenlig med personuppgiftslagen är att kunden samtyckt till att uppgifter om inköp sparas och används av ICA för detta ändamål. Datainspektionen påpekade även att ett sådant samtycke förutsätter att ICA informerar sina kunder om behandlingen. Ärendet avslutades bl.a. med detta påpekande.

Under 2005 genomförde Datainspektionen ett tillsynsprojekt i syfte att kontrollera hur personuppgifter behandlas när kunder använder bonuskort. Ett syfte var att undersöka om och hur företag behandlar kunduppgifter för s.k. inköpsbaserad reklam. Sammanlagt 28 företag granskades, varav ICA var ett, och projektet resulterad i Datainspektionens rapport 2005:2 ”Bonuskort och personuppgiftslagen”.

I beslut den 27 september 2005 (dnr 1975-2004) konstaterade Datainspektionen bl.a. att ICA fortsatt använder uppgifter om kunds inköp, dvs. kassakvittosinformation, för att skicka inköpsbaserad reklam. Vidare fann inspektionen bl.a. att ICA:s information från och med mars 2004 innehöll tydlig information om

riktad marknadsföring men att ICA i sina villkor borde förtydliga i vilket syfte kassakvittosinformation sparas.

Som ett led i uppdraget att bevaka nya företeelser och som en uppföljning av tidigare tillsynsbeslut har Datainspektionen inspekterat ICA:s behandling av kunduppgifter för inköpsbaserad reklam.

Vid inspektion av ICA den 4 november 2008 framkom bl.a. följande.

Under våren 2008 startade ICA en kampanj ”Mina varor” där kunden erbjuds rabatt på ett antal varor som han eller hon tidigare handlat. Från att ha varit begränsad till Östergötlands län omfattar kampanjen nu hela landet. Den initiala aktiviteten med inköpsbaserad marknadsföring i denna form ska pågå hela året ut och tjäna som underlag för utvärdering av den fortsättning av aktiviteten som är planerad.

Rent tekniskt har det varit möjligt att införa upplägget med inköpsbaserad reklamutskick under ett par års tid. Att ICA valt att införa denna aktivitet nu är att adekvat IT-teknik nu är tillgänglig och säker.

Kampanjen riktar sig till alla stamkunder. De uppgifter som registreras i den kunddatabas som används för ändamålet är följande:

- Namn
- Adress
- Telefonnummer
- Kundnummer/kortnummer
- Kön
- Födelsedata
- Kundspärr, dvs. reklam ja/nej
- Totalt belopp som kunden handlat för
- Senaste köp (datum och klockslag)
- Antal transaktioner
- Varje köptillfälle
- De varor som inhandlats vid varje köptillfälle
- Uppgift om vilken butik som kunden handlat i

Kunddatabasen innehåller uppgifter om miljontals kunder. Behandlingen bygger på kundens samtycke och kunden kan när som helst begära att ICA inte längre får använda hans/hennes uppgifter för inköpsbaserad reklam. Det markeras i kunddatabasen om kunden avböjt sådan reklam. Även om kunden avböjt reklam så samlar ICA in information om kundens inköp.

Vissa varor/varugrupper kan en kund inte få erbjudande om, beroende på att ICA valt att ta bort dem som erbjudanden. Detta kan bero på lagkrav, etiska ställningstaganden, eller att ICA bedömt varorna som utpekande för kunderna t.ex.

- Folköl
- Produkter man inte får marknadsföra enligt marknadsföringslagen såsom dinapp och bröstmjölsersättning

- Lotterier
- Vissa hälsopreparat
- Energidrycker
- Strösocker
- Jäst
- Fyrverkerier
- Preventivmedel
- Tobak (snus och cigaretter)

Ändamålen med behandlingen av uppgifter i denna kunddatabas är administration, marknadsföring baserad på kunds tidigare inköp, information om ICA-verksamheten och utvalda samarbetspartners varor och tjänster, underlag för att kundanpassa varor och tjänster samt underlag för marknads- och kundanalyser, affärsuppföljning samt affärs- och metodutveckling.

I ansökan om ICA-kundkort anges att kunden i och med att han eller hon ansöker om kort godkänner de allmänna villkoren för ICA Kort, däribland hur kundens personuppgifter hanteras. Informationen om hur ICA behandlar kunders personuppgifter finns i de allmänna villkoren ”Allmänna villkor för ICA Kort samt ICA Kort med kredit samt Allmänna villkor för ICA Bonus”, se bilaga 1. I samband med att ICA påbörjade den riksomfattande kampanjen ”Mina varor” har ICA även lämnat särskild information om denna bl.a. på företagets webbplats, se bilaga 2, och genom utskick till kunden, se bilaga 3.

### **Skäl för beslutet**

I samband med att en ICA-kund använder sitt ICA Kort registrerar ICA uppgifterna om inköpet i en central databas. Syftet med registreringen är bl.a. att erbjuda kunden s.k. inköpsbaserad reklam såsom ICA gjort i den senaste kampanjen ”Mina varor”.

ICA:s behandling av kunduppgifter för inköpsbaserad reklam omfattas av personuppgiftslagens bestämmelser, varför dessa måste följas.

Datainspektionen har tidigare gjort bedömningen att det är tillåtet att registrera vilka produkter som en kund köper och skicka inköpsbaserad reklam, om kunden har lämnat sitt samtycke efter att ha fått klar och tydlig information om att detta görs. Det finns inte skäl att frångå denna ståndpunkt. Bestämmelsen om tillåten behandling finns i 10 § personuppgiftslagen.

Grunden för ICA:s behandling är kundens samtycke. Kunden samtycker till att uppgifterna samlas in och behandlas i databasen för kundanpassad reklam genom bl.a. att han eller hon i samband med ansökan godkänner de allmänna villkoren för att använda ICA kort. Datainspektionen anser att ICA:s allmänna villkor innehåller tydlig information om behandlingen. Därtill har ICA i samband med kampanjen ”Mina varor” lämnat ytterligare information i samband med utskick samt på webbplats.

Mot denna bakgrund och då det i övrigt inte framkommit något som talar för att ICA:s behandling i samband med inköpsbaserad reklam skulle stå i strid med personuppgiftslagen, avslutas ärendet.

Jonas Agnvall

Bilagor:

1. Kopia på ICA:s allmänna villkor
2. Kopia på information på ICA:s webbplats
3. Kopia på information som skickats till kund