



E-sklepy muszą zadbać o ochronę danych klientów

HANDEL | O kradzieży danych osobowych przedsiębiorca poinformuje konsumenta w ciągu kilkudziesięciu godzin. Gdy tego zaniedba, zapłaci milionowe kary.

ŁUKASZ KULIGOWSKI

Sprzedawcy internetowi nie zawsze zdają sobie sprawę, że przetwarzają dane osobowe klientów i w związku z tym mają wiele obowiązków. Tych obowiązków jeszcze im przybędzie. Wszystko za sprawą unijnego rozporządzenia w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych.

Mało czasu na przygotowania

Choć unijne rozporządzenie zacznie obowiązywać w połowie 2018 roku i właścicielom e-sklepów może się wydawać, że czasu jest jeszcze dużo, eksperci przekonują, że do zmian trzeba się zacząć przygotowywać już teraz.

Nowe przepisy przewidują, że w przypadku naruszenia danych osobowych ich administrator będzie musiał powiadomić o tym fakcie generalnego inspektora ochrony danych osobowych. A jeżeli naruszenie tych danych będzie stanowiło zagrożenie dla osób, których one dotyczą, to i one muszą zostać powiadomione. Czyli np. sklep internetowy, z którego wyciekną dane osobowe (a to w praktyce jest niebezpieczne), będzie musiał powiadomić o tym swoich klientów. I taki obo-

wiązek informacyjny względem GODO i konsumentów będzie trzeba zrealizować niezwłocznie, ale nie później niż w ciągu 72 godzin od naruszenia danych.

– W praktyce konieczne będzie rozesłanie do klientów stosownej wiadomości e-mail – mówi Michał Rogoziński z RzetelnyRegulamin.pl.

Okienko nie wystarczy

To, co może stanowić pewne utrudnienie dla e-sprzedawców, to nowe zasady uzyskiwania zgody na przetwarzanie danych osobowych klientów. Przedsiębiorcy będą musieli wykazać, że konsument rzeczywiście udzielił im takiej zgody. Dziś przy transakcjach internetowych klienci zazwy-

20 mln euro

może wynieść maksymalna kara za nieprzestrzeganie unijnego rozporządzenia

72 godziny

ma przedsiębiorca na powiadomienie generalnego inspektora ochrony danych osobowych o zaistniałych naruszeniach

OPINIA

Ewa Kurowska-Tober

radca prawny
z kancelarii DLA Piper



DLA „RZ”

Jeżeli w związku z naruszeniem danych pojawi się ryzyko zagrożenia dla praw i wolności osób fizycznych, przedsiębiorca będzie musiał powiadomić o tym GODO. Gdy ryzyko zagrożenia będzie duże, trzeba będzie też powiadomić osoby, których dane dotyczą. Jeśli przedsiębiorca tego nie zrobi, może narazić się na sankcje do 20 mln euro. Do naruszeń może dojść w prosty sposób – najczęściej z powodu niedbałości. Przykładem jest zgubienie laptopa z danymi osobowymi czy wysłanie przez przypadek e-maila z takimi danymi do nieodpowiedniej osoby. Nowe przepisy zwalniają z obowiązku informowania o naruszeniu osób, z którymi nie ma żadnego kontaktu. Wystarczy wtedy publiczny komunikat, np. na stronie WWW.

czaj zaznaczają tzw. checkbox (małe okienko), przy którym jest odpowiednie oświadczenie. Zdaniem Michała Rogozińskiego, po zmianach może to nie wystarczyć.

– Checkbox może okazać się mało skuteczną formą w kontekście spełnienia tego obowiązku, ponieważ mechanizmy stosowane na stronach e-sklepów nie zawsze pozwalają na zarejestrowanie faktu zaznaczenia tego pola przez klienta. Jeśli takie ograniczenie techniczne występuje, sprzedawca nie będzie w stanie udowodnić, iż klient wyraził zgodę na przetwarzanie jego danych, np. w celach marketingowych – tłumaczy Michał Rogoziński. I dodaje, że

sprzedawcy mogą być zmuszeni odbierać zgodę od klientów w inny sposób, np. e-mailowo.

Surowe kary

Przedsiębiorcy, którzy będą łamać przepisy unijnego rozporządzenia dotyczącego danych osobowych, będą narażeni na kary administracyjne w wysokości do 4 proc. ich światowego obrotu (nie więcej niż 20 mln euro).

Michał Rogoziński wyjaśnia, że zmiany sposobu karania oznaczają, iż karę finansową od razu będzie mógł nałożyć GODO, a nie dopiero sąd, jak to jest obecnie. ©