

ינואר 2020

5 דברים שחשוב שתדעו על CCPA

זמן קריאה: 2 דקות

כחלק ממגמה הולכת וגוברת של הידוק הרגולציה הגלובלית בתחום הגנת הפרטיות, ב-1 בינואר 2020 נכנס לתוקף חוק חדש של מדינת קליפורניה להגנת פרטיות צרכנים, ה-California Consumer Privacy Act ("CCPA" או "החוק"), אשר יש בו כדי להשפיע על פעילותן של חברות ישראליות רבות.

במזכר זה ריכזנו עבורכם תשובות ל-5 שאלות נפוצות בעניין ה-CCPA.

1. מה זה CCPA?

ה-CCPA מעניק לצרכנים במדינת קליפורניה (מונח שמתייחס למעשה לכל תושב קליפורניה) זכויות בקשר עם המידע האישי שלהם ומטיל על חברות חובות שתכליתן לאפשר את מימוש זכויות הצרכנים. בין היתר, מכח ה-CCPA חברות מחויבות ליידע את הצרכן אילו סוגי מידע אישי נאספים עליו, לאילו גורמים יועבר או יימכר המידע, לאפשר לצרכן לסרב למכירת מידע אישי אודותיו ובנסיבות מסוימות לדרוש את מחיקת המידע אודותיו. כמו כן, ה-CCPA מחייב חברות לקבוע נהלים פנימיים לטיפול בפניות צרכנים ולהבטיח שספקי שירות שלהן שמקבלים גישה למידע אישי עומדים בדרישות החוק.

2. האם ה-CCPA עשוי לחול גם על חברות ישראליות?

כן. ה-CCPA חל על כל חברה בכל מקום בעולם, שמתקיימים לגביה התנאים המצטברים הבאים:
א- החברה פועלת למטרות רווח, אוספת מידע אישי על צרכנים בקליפורניה ו-"עושה עסקים במדינת קליפורניה" (מונח עמום שאינו מוגדר ב-CCPA); וגם:
ב- החברה עצמה או חברה שולטת או נשלטת שלה שעושה שימוש באותו מותג, עונה על אחד התנאים הבאים:

1. מייצרת הכנסה שנתית (ברוטו) העולה על 25 מיליון דולר;

2. קונה, מוכרת, משתפת ו/או מקבלת מידע אישי על לפחות 50,000 צרכנים, משקי בית או מכשירים בקליפורניה בשנה; או

3. 50 אחוז או יותר מההכנסות השנתיות של החברה נובעות ממכירה של מידע האישי של צרכנים בקליפורניה.

בשורה התחתונה, תחולת החוק רחבה ביותר והוא עשוי לחול למשל על חברות ישראליות שמוכרת מוצרים או שירותים באמצעות האינטרנט לצרכנים תושבי קליפורניה.

3. מהן הסנקציות האפשריות במקרה של הפרת ה-CCPA?

התובע הכללי של קליפורניה מוסמך להטיל על חברה קנסות של עד 7,500 דולר בגין כל הפרה מכוונת של החוק ועד 2,500 דולר בגין כל הפרה שאינה מכוונת.

בנוסף, צרכן רשאי לתבוע, בתביעה אישית או כחלק מתביעה ייצוגית, פיצוי של עד 750 דולר ללא הוכחת נזק בגין כל תקרית אבטחת מידע שהביאה לחשיפת מידע אודותיו. כדי לסבר את האוזן, בגין אירוע אבטחה שהביא לחשיפת פרטים אישיים של 10,000 צרכנים, חברה עשויה לחוב בפיצוי בסך של 7.5 מיליון דולר.

4. החברה שלנו הטמיעה את הוראות ה-GDPR. האם זה מספיק?

על אף שחברות שהטמיעו את תקנות ה-GDPR האירופאיות נמצאות בעמדת פתיחה טובה יחסית להטמעה של דרישות ה-CCPA, עמידה ב-GDPR אינה בהכרח מהווה עמידה בהוראות ה-CCPA. כך לדוגמה, ה-CCPA קובע זכות של תושב להתנגד למכירת מידע אודותיו לצד שלישי שאינה מוסדרת במפורש ב-GDPR, ובתוך כך מחייב למשל הוספת כפתור "אל תמכרו את המידע שלי" במקום בולט באתר האינטרנט של החברה.

זאת ועוד, בקרוב עתידות להתפרסם תקנות אשר יסדירו באופן מפורט את האופן שבו על חברות לפעול כדי לאפשר מימוש של הזכויות הנתונות לצרכנים מכוח ה-CCPA.

5. אז מה עלינו לעשות?

- לבחון האם ועל אילו מבין פעילויות החברה חלות הוראות ה-CCPA. בתוך כך, יש למפות את המידע האישי שנאסף על ידי החברה, לזהות מהי מטרת האיסוף ועם אילו גורמים החברה משתפת את המידע;
- לוודא כי החברה ועובדיה מודעים לזכויות מכוח ה-CCPA ולהסדיר את אופן הטיפול בבקשות למימוש זכויות אלו;
- לקבוע נהלים פנימיים שיאפשרו לחברה לעמוד בדרישות ה-CCPA (ובכלל זאת עם בקשות למימוש זכויות מכוח החוק);
- לעדכן את מסמכי מדיניות הפרטיות של החברה;
- לוודא כי ההסכמים של החברה עם צדדים שלישיים מהם מתקבל מידע אישי או שאליהם מועבר מידע אישי עומדים בדרישות ה-CCPA; ו-
- לתת את הדעת לחשיפות אפשריות הנובעות מה-CCPA כחלק מניהול סיכונים בחברה, וכן לוודא כיסוי ביטוחי הולם להתמודדות עם חשיפות אלו.

כאמור, ה-CCPA כבר נכנס לתוקף ומטיל חובות גם על חברות ישראליות רבות. אי עמידה בהוראות ה-CCPA עלולה לחשוף את החברה לתביעות ייצוגיות וקנסות גבוהים ביותר. על רקע האמור, ובשים לב להיקף הדרישות החדשות ולהשפעתן על מגוון מערכים ותהליכים בעניין ניהול ועיבוד מידע אישי, קיימת חשיבות רבה לוודא עמידה בהוראות ה-CCPA בהקדם.

לפרטים נוספים:

אסתר שכטר, עו"ד
astars@gornitzky.com



עו"ד אסף הראל, שותף
assafh@gornitzky.com

