

GDPR: vaak gestelde vragen en antwoorden

Wat is GDPR en wanneer treedt het in voege?

De General Data Protection Regulation of in het Nederlands de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) is een Europese Verordening die verplichtingen oplegt aan lidstaten en bedrijven rond het gebruik van persoonsgegevens. De doelstelling van deze nieuwe Verordening is om EU burgers een betere bescherming van hun privacy te geven en tegelijkertijd een duidelijker kader te scheppen voor bedrijven die persoonsgegevens verzamelen en gebruiken.



*GDPR is op 24/5/2016 in werking getreden en zal vanaf **25/5/2018** van toepassing zijn. De EU-lidstaten moeten de verordening in nationaal recht omzetten voor 6 mei 2018. Verordening (EU) 2016/679 trekt de Richtlijn 95/46/EC (Algemene Verordening Gegevensbescherming) in.*

Wat verandert er tegenover voordien?

Er zijn vele grote en kleinere veranderingen, de belangrijkste en meest relevante zijn:

- Wijzigingen aan de rechtsgronden die gebruikt kunnen worden voor gegevensverwerking (gerechtvaardigd belang, toestemming enz.)
 - Impliciete toestemming (bijvoorbeeld een verdoken toestemming) is niet langer toegestaan. Dit moet een uitdrukkelijke en actieve toestemming (opt-in, handtekening...) zijn.
- Verplichting om een register bij te houden van alle verwerkingen van gegevens
 - Alle beslissingen, transacties en opslag van persoonsgegevens moeten worden gedocumenteerd
- Verplichting om procedures in te voeren (onder andere om datalekken tegen te gaan en ze aan te pakken)
 - En een Data Protection Officer (DPO) aanstellen indien relevant
- Bijkomende nieuwe rechten voor burgers
 - Zoals het recht op vergetelheid
- Hogere boeten en straffen voor niet-naleving van de verordening



De hoogste boetes zullen tot 4 % van de omzet van een bedrijf of € 20 miljoen bedragen (afhankelijk van welk bedrag het hoogst is)

Wanneer kan ik mijn gerechtvaardigd belang inroepen voor dataverwerking en direct marketing?

Meestal kan communicatie naar bestaande klanten worden beschouwd als gerechtvaardigd. We raden echter een beoordeling per geval aan, in nauwe samenwerking met een interne juridische adviseur. Wat nieuw is in de GDPR is dat direct marketing specifiek wordt benoemd als een doel dat kan worden beschouwd als uitgevoerd met het oog op een gerechtvaardigd belang.



GDPR grond 47: De gerechtvaardigde belangen van een verwerkingsverantwoordelijke (...) kunnen een rechtsgrond bieden voor verwerking (...) De verwerking van persoonsgegevens voor direct marketing-doeleinden kan worden beschouwd als uitgevoerd met het oog op een gerechtvaardigd belang.

Kan ik mijn gerechtvaardigd belang inroepen voor het prospecteren van potentiële klanten?

Voor bestaande klanten moet de rechtsgrond die u kunt gebruiken voor gegevensverwerking in het kader van de GDPR per geval worden beoordeeld. bpost raadt marketeers aan om hun gegevensleverancier te contacteren en hem te vragen welke rechtsgrond er wordt gebruikt om gegevens te verwerken en welke argumentatie een gerechtvaardigd belang zou staven. Voor de analyse van een mogelijk gerechtvaardigd belang voor eender welk type klant, raden we aan een evenwichts- en noodzakelijkheidstest uit te voeren.



*GDPR grond 47: Een dergelijk gerechtvaardigd belang kan bijvoorbeeld bestaan waar er een relevante en gepaste relatie is tussen het datasubject en de verwerkingsverantwoordelijke, zoals wanneer **het datasubject een klant** is of in dienst is van de verwerkingsverantwoordelijke.*

Moet ik al mijn bestaande klanten hercontacteren en hen toestemming vragen voor direct marketing activiteiten?

Zolang de datasubjecten op het moment van de verzameling werden geïnformeerd over een eventueel gebruik van hun gegeven, kunt u uw commerciële relatie met uw bestaande databank voortzetten en uw direct marketing activiteiten blijven uitvoeren. Raadpleeg uw juridische adviseur om na te gaan of de op het moment van de inzameling verstrekte informatie was voorgesteld op een manier die u zou toestaan gerechtvaardigd belang krachtens de GDPR te gebruiken.



Tests hebben aangetoond dat het risico om uitdrukkelijke toestemming te vragen aan bestaande klanten zeer hoog is. Dit kan leiden tot een mogelijke daling van het percentage klanten dat verdere communicatie wenst te ontvangen.

Valt e-communicatie ook onder de GDPR?

Elektronische marketing (e-mail, sms, cookies...) wordt behandeld in een aparte verordening betreffende Privacy en Elektronische Communicatie. Er wordt momenteel een nieuwe verordening voorbereid die nog niet afgerond is, maar de inhoud zal waarschijnlijk in de lijn liggen van de GDPR.



Wat met cookies? Het voorstel dat momenteel op tafel ligt, definieert cookies als identifiers voor natuurlijke personen en deze zullen daarom op een gelijkaardige manier worden behandeld als persoonsgegevens. Dit geldt niet voor functionele cookies die de gebruiker niet kunnen identificeren.

Hoe moet ik een secured FTP File opstellen?

Wij hebben hiervoor een informatiedocument opgesteld om u te helpen. Het doel van dit document is om u te begeleiden bij het gebruik van FTPS met FileZilla en/of WinSCP of een curl-verklaring. Stuur een mail naar gdprpaper@bpost.be om deze informatie te ontvangen.

Disclaimer: Deze publicatie is uitsluitend bedoeld als algemene leidraad en vormt geen professioneel advies op maat van een specifieke situatie. U dient niet te handelen naar de informatie in dit document zonder specifiek professioneel advies te vragen. Er wordt geen verklaring of garantie (expliciet of impliciet) gegeven over de juistheid of volledigheid van de informatie in deze publicatie en, voor zover wettelijk toegestaan, accepteren of veronderstellen bpost, haar leden, werknemers, onderaannemers en agenten geen aansprakelijkheid, verantwoordelijkheid of zorgvuldigheidsplicht voor de gevolgen van u of iemand anders die handelt of nalaat te handelen, op basis van de informatie in deze publicatie of voor een beslissing die daarop is gebaseerd.