



רפורמה בחוק זכויות הפרטיות של קליפורניה

לקוחות נכבדים,

ביום 1 בינואר 2023, ייכנס לתוקף חוק זכויות הפרטיות של קליפורניה (California Privacy Rights Act - CPRA) (להלן: "CPRA"¹, "החוק" או "החוק החדש").

החוק מיועד להחליף את חוק הפרטיות לצרכנים בקליפורניה (California Consumer Privacy Act - CCPA) (להלן: "CCPA") ולבצע בו מספר תיקונים מהותיים, ביניהם מתן זכויות חדשות לצרכנים. החוק ישית דרישות נוספות ושונות, בעלות השלכות טכנולוגיות, משפטיות, אדמיניסטרטיביות ועסקיות.

כניסת החוק לתוקף ב- 1 בינואר 2023 מקנה לעסקים זמן הסתגלות. עם זאת, חלק מהוראותיו יחלו גם על מידע שנאסף החל מיום 1 בינואר 2022 ולכן אנו ממליצים להיערך לשינוי בהקדם.

הרחבת תחולת ה- CCPA לארגונים נוספים

בדומה ל- CCPA, ה- CPRA חל על כל עסק הפועל למטרות רווח ומקיים עסקים בקליפורניה, אף אם מקום מושבו מחוץ לקליפורניה, ואשר אוסף או מעבד מידע אישי על צרכנים תושבי קליפורניה וקובע את מטרות השימוש במידע והאמצעים לעיבודו. עם זאת, רף הכניסה לחוק השתנה: בעוד שה- CCPA חל על עסק עם הכנסה שנתית ברוטו העולה על 25 מיליון דולר, או עסק המפיק למעלה מ- 50% מהכנסתו השנתית ממכירת נתונים אישיים של צרכנים, או עסק הרוכש, מקבל או מוכר מידע אישי על 50,000 צרכנים או יותר, הרי שה- CPRA מבצע שינויים מסוימים, כך שהחוק יחול על עסק המקיים אחד או יותר מהתנאים הבאים:

1. הכנסתו השנתית ברוטו עולה על 25 מיליון דולר בשנה הקלנדרית הקודמת (הנספרת החל מיום 1 בינואר 2022).
2. הוא מפיק למעלה מ- 50% מהכנסתו השנתית ממכירה או שיתוף מידע אישי של צרכנים.
3. הוא משתמש במידע על אודות 100,000 צרכנים או יותר.

בנוסף, ה- CCPA חל על החברה האם וחברות בנות של עסק העומד בתנאים שלעיל, אם החברות הללו חולקות עם העסק שם משותף, סימן מסחר או סימן שירות. ה- CPRA מוסיף כי גם חברות בעלות שם משותף, סימן מסחר או סימן שירות שיגרום לצרכן הממוצע להבין שהן בבעלות משותפת ייחשבו כחברות קשורות לעניין זה.

זאת ועוד, החוק מחיל אחריות משותפת על המידע הצרכני על מיזמים או שותפויות המורכבים מעסקים בודדים, שלהם יש אינטרס משותף של לפחות 40%, בתנאי שהמידע האישי המצוי ברשותו של כל אחד מהעסקים ונחשף למיזם או לשותפות, אינו משותף עם העסקים האחרים.

¹ הצעת החוק שאושרה במשאל העם התקבלה באופן ישיר לספר החוקים של קליפורניה. הצעת החוק המלאה שפורסמה זמינה כאן: https://src.bna.com/MVJ?utm_source=ANT&utm_medium=ANP

עוד נציין, כי בנסיבות מסוימות החוק עשוי לחול על נותני השירותים לעסקים הפועלים בקליפורניה. ביניהם "ספק שירותים" - מי שמעבד מידע אישי עבור העסק; "קבלן" - מי שמשתמש מטעם העסק במידע אישי שהעסק העמיד לרשותו; וכן "צד שלישי" שאינו העסק, ספק השירותים או הקבלן ומשתמש במידע לצרכיו שלו.

מסירת הודעה לצרכנים

ה-CCPA מחייב את העסק למסור לצרכנים הודעה בעת או לפני איסוף המידע האישי מהצרכן. על הודעה כאמור לתאר את פרטי המידע שנאספים מהצרכן לפי קטגוריות המידע האישי המוגדרות בחוק והמטרות שלשמן נאסף, וכן ליידע את הצרכן שהעסק עוסק במכירת מידע אישי אודותיו. ה-CPPA מרחיב את היקף הגילוי שהעסק מחויב למסור לצרכנים, כך שההודעה תכלול גם את המטרות שלשמן נאסף, האם נעשה שימוש בקטגוריות המידע האישי, לרבות קטגוריות מידע אישי רגיש, והאם העסק מוכר או משתף מידע זה. עוד נדרש שההודעה תכלול מידע על משך הזמן שבו מתכוון העסק לשמור כל קטגוריה של מידע אישי, לרבות מידע אישי רגיש, ולחלופין, ככל שהדבר בלתי אפשרי, ההודעה תמנה את הקריטריונים ששימשו את העסק לקביעת תקופת השמירה.

לאחר מסירת הודעה כאמור, העסק לא יהיה רשאי לאסוף או להשתמש בקטגוריות נוספות של מידע אישי למטרות אחרות, שאינן תואמות את המטרה המוצהרת בהודעה שנמסרה לצרכן. משמעות הדבר היא שעסקים המתכננים לעשות שימוש חוזר בנתוני הלקוח למטרה שאינה עולה בקנה אחד עם המטרה המוצהרת שלשמה נאספו הנתונים, יצטרכו ליידע את הלקוח על שינוי זה.

בנוסף, ה-CPPA מותיר ללא שינוי את החובה הקבועה ב-CCPA לפרסם מדיניות פרטיות שמפרטת את זכויות הצרכנים על פי החוק והדרכים שבאמצעותן הם יכולים לממש את הזכויות הללו. החוק החדש דורש לעדכן את מדיניות הפרטיות כך שזו תכלול את הזכויות שתוקנו או נוספו, וכן לעדכן את הכשרתם של הגורמים הפנימיים בעסק האמונים על הטיפול בבקשות צרכנים, כך שאלו יכירו את דרישות ה-CPPA ואת האופן בו עליהם להדריך את הצרכנים למימוש זכויותיהם.

אימוץ עקרונות מכוח ה-GDPR

ה-CPPA מונה דרישות מסוימות נוספות שאינן קיימות ב-CCPA, אשר משלבות את העקרונות הנבחרים של ה-GDPR:

1. **מזעור נתונים** - במסגרת ה-CPPA, עסקים חייבים להגביל את האיסוף, שימוש, שמירה ושיתוף של מידע אישי של צרכן רק למידע הנחוץ באופן סביר ומידתי לצורך המטרות שלשמן נאסף או מעובד.
2. **הגבלת מטרה** - ה-CPPA אוסר על עסקים לאסוף או להשתמש במידע אישי למטרות אחרות שלא תואמות את המטרה הספציפית המוצהרת שלשמה המידע נאסף, מבלי למסור הודעה על כך לצרכן.
3. **הגבלת אחסון** - עוד קובע ה-CPPA, כי חל איסור לשמור מידע אישי של הצרכן, לרבות מידע אישי רגיש, למשך זמן רב יותר מהדרוש באופן סביר לצורך המטרה המוצהרת שלשמה נאסף. לכך מתווספת החובה ליידע את הצרכנים, בעת איסוף המידע האישי שלהם, על משך הזמן שבו תישמר כל קטגוריה של מידע אישי, ולחלופין, לספק את הקריטריונים המשמשים לקביעת תקופת השמירה כאמור.

כמו כן, ה-CPPA מגדיר לראשונה את המונח "הסכמה", כך שיכלול כל אינדיקציה על רצונו של הצרכן לעיבוד המידע האישי אודותיו אשר ניתנה באופן חופשי, ספציפי, מיועד וחד-משמעי. לצד הגדרה זו, מובהר כי אישור לתנאי שימוש כלליים או הסכמה שהושגה באמצעות "דפוסים אפלים" (dark patterns), קרי שימוש בממשק

משתמש שתוכן לערער או לפגוע באוטונומיה, בקבלת ההחלטות או בבחירה של הצרכן, אינם עולים כדי "הסכמה" בחוק.

זכויות הצרכנים

החוק מעניק לצרכנים מגוון זכויות המאפשרות להגיש לעסק בקשות בעניין המידע האישי המוחזק עליהם, כדלקמן:

1. הזכות לדעת - ה- CCPA מעניק לצרכנים זכות להגיש בקשה לקבלת המידע שנאסף אודותיו ביחס לשנה שקדמה לבקשת הצרכן, לרבות לגבי מכירות מידע שבוצעו ביחס לצרכן. ה- CPRA מרחיב זכות זו גם ל"שיתוף" מידע, אשר מוגדר כהעברת מידע אישי מהעסק לצד שלישי לצורך פרסום ממוקד של הצרכן (קרי, פרסום "מטורגט" על סמך היסטוריית הרכישות של הצרכן), ומקנה לצרכנים את הזכות לבקש מידע גם על המטרות העסקיות או המסחריות שלשמן שותף המידע האישי שלהם. כמו כן, לצרכנים עומדת הזכות לבקש מידע נוסף מעסקים שמוכרים או משתפים את המידע האישי שלהם, או חושפים אותו למטרות עסקיות.

בנוסף להרחבת פרטי הגילוי, ה- CPRA מאריך את התקופה שביחס אליה יידרש העסק לחשוף את המידע מעבר לשנה שקדמה להגשת הבקשה, בהתקיים נסיבות מסוימות שייקבעו בתקנות, ובכפוף לכך שמסירת המידע היא אפשרית ואינה כרוכה במאמץ בלתי סביר עבור העסק.

יתרה מזאת, ה- CPRA מעניק לצרכנים את שתי הזכויות החדשות שלהלן, הנגזרות מתוך הזכות לדעת:

1.1 הזכות לגשת למידע ביחס לקבלת החלטות אוטומטית - ה- CPRA קורא להתקין תקנות שיעגנו את הזכות לדעת גם ביחס לתהליכי קבלת החלטות אוטומטיים המבוססים על המידע. אלה יאפשרו לצרכן לבקש מידע אודות תהליכי קבלת החלטות מסוג זה, כמו גם תיאור של תוצאותיהם ביחס לאותו צרכן.

1.2 הזכות לניידות נתונים - בעוד שהזכות לדרוש מהעסק להעביר נתונים ספציפיים מהמידע האישי של הצרכן לישות אחרת אומנם קיימת ב- CCPA, ה- CPRA קובע הוראות המקלות על העברת הנתונים כאמור בין עסקים באופן שיאפשר לצרכנים לממש את הזכות בפועל.

2. הזכות למחוק מידע - למעט חריגים מסוימים, ה- CCPA מעניק לצרכנים זכות לדרוש מהעסק או מספק השירותים את מחיקת המידע עליו. ה- CPRA מרחיב את הזכות לבקש מחיקה גם מקבלן או מצד שלישי אשר קנה או קיבל מהעסק מידע אישי על אותו צרכן, ובד בבד מחייב את ספק השירותים או הקבלן לשתף פעולה עם העסק במענה לבקשה למחוק או לאפשר לעסק למחוק את המידע המבוקש.

3. הזכות לתקן מידע - ה- CPRA מרחיב את הזכויות המוקנות לצרכנים על פי ה- CCPA, ומוסיף את הזכות לדרוש מהעסק לתקן מידע אישי שגוי או מידע שאינו מדויק אודות הצרכן. החוק מחייב את העסק ליידע את הצרכנים על קיומה של הזכות החדשה, בין היתר, באמצעות העמדת דרכים להגשת בקשות הנוגעות לתיקון מידע כאמור, וכן דורש מהעסק לנקוט מאמצים סבירים מבחינה מסחרית כדי לתקן את המידע המבוקש בבקשת הצרכן.

4. הזכות לבטל הסכמה למכירה או שיתוף מידע (opt-out) - במסגרת ה- CCPA, לצרכנים עומדת הזכות לבטל את הסכמתם למכירה של מידע אישי שלהם לצדדים שלישיים, ולהורות לעסק שמוכר מידע כאמור להפסיק את מכירתו. על העסק ליידע את הצרכנים כי הוא עשוי למכור את המידע האישי שלהם לצדדים שלישיים וכי בפניהם הזכות לבטל את הסכמתם למכירה. כדי לאפשר לצרכנים לממש זכות זו, העסק חייב לפרסם בדף הבית של אתר העסק קישור שכותרתו "אל תמכרו את המידע האישי שלי", שבאמצעותו יוכלו הצרכנים לבטל את הסכמתם למכירת המידע שלהם.

ה-CPRa מוסיף זכות דומה לזכות האמורה, במסגרתה הצרכנים יהיו רשאים לבטל את הסכמתם לשיתוף של מידע אישי שלהם לצדדים שלישיים. במקביל לחובה המוטלת על עסק שמוכר מידע, תחול החובה ליידע את הצרכנים כי העסק עשוי לשתף את המידע עם צדדים שלישיים, וכי עומדת להם הזכות לבטל את הסכמתם לשיתוף כאמור. החוק מחייב את העסק לספק את אחת מהדרכים שלהלן, לבחירת העסק, כדי לאפשר לצרכנים לממש את זכותם:

- לפרסם בדף הבית של אתר העסק קישור שכותרתו "אל תמכרו או תשתפו את המידע האישי שלי", שיאפשר לצרכנים להתנגד הן למכירה והן לשיתוף של מידע אישי עליהם; א
- להשתמש בפלטפורמה, טכנולוגיה או מנגנון "ניטרליים טכנולוגית", שבעזרתם יוכל הצרכן לשלוח לעסק אות המעיד על העדפתו להתנגד למכירה או לשיתוף של המידע האישי שלו (להלן: "אות העדפת ביטול"). יש לפרסם הצהרה שלפיה העסק מגיב ומציית לאות העדפת ביטול שנשלח אליו, ולוודא שאות העדפת ביטול (א) ידידותי לצרכן, מתואר בבירור, קל לשימוש ואינו דורש מהצרכן לספק מידע נוסף מעבר לנדרש; (ב) מייצג בבירור את העדפת הצרכן, ללא ברירות מחדל המגבילות או מנחות את העדפתו; (ג) אינו סותר הגדרות פרטיות או כלים נפוצים אחרים שצרכנים עשויים להשתמש בהם.

עוד נציין, כי הוראות ה-CCPA ביחס למכירת מידע אישי אודות קטינים יחולו גם לגבי שיתוף מידע זה. במסגרת ה-CPRa, מכירה או שיתוף של מידע אישי אודות קטינים שגילם מתחת ל-16 תיעשה בכפוף לקבלת הסכמה מפורשת, אקטיבית ומראש של הצרכן, וככל שמדובר בקטינים שגילם מתחת ל-13, תידרש גם הסכמה כזו מהורי הקטין. עסק אשר קיבל מצרכן שגילו מתחת ל-16 הוראה שלא למכור או לשתף את המידע האישי שלו יימנע מלעשות זאת, ולפי ה-CPRa, גם יהיה חייב להמתין לפחות שנה בטרם יבקש מהקטין את הסכמתו שנית או עד הגיעו של הצרכן לגיל 16.

5. הזכות לבטל הסכמה ביחס לקבלת החלטות אוטומטית (opt-out) - נקבע שיותקנו תקנות שיקנו לצרכנים את הזכות לבטל הסכמה לשימוש במידע האישי שלהם גם לצורך קבלת החלטות אוטומטיות, תוך שימוש בתוכנות של בינה מלאכותית. אלה כוללות "יצירת פרופיל" אישי בקשר להערכות או החלטות לגבי ביצועי העבודה של הצרכן, מצבו הכלכלי, בריאותו, העדפות אישיות, תחומי עניין, אמינות, התנהגות, מיקום או תנועות של הצרכן.
6. הזכות להגביל את השימוש במידע אישי רגיש - ה-CPRa מבקש להרחיב את הזכויות של הצרכנים במקרים שהעסק אוסף "מידע אישי רגיש", מונח הכולל, בין היתר, נתוני מיקום גאוגרפי, מידע על גזע, דת, מין, נטייה מינית, מספר ביטוח לאומי, מידע ביומטרי ומידע בריאותי ופיננסי מסוים. במסגרת זו, לצרכן תהיה הזכות להורות לעסק להגביל את השימוש והגילוי של מידע אישי רגיש שלו רק לשימוש הנחוץ באופן סביר על ידי הצרכן לאספקת המוצר או השירות המבוקש על ידו, ולצורך אחת מהמטרות העסקיות הבאות:

- אבטחת המידע ושלמותו;
- שימוש זמני וקצר כחלק מהאינטראקציה הנוכחית של הצרכן עם העסק, בתנאי שהמידע האישי של הצרכן לא יועבר לצד שלישי ולא ישמש ליצירת פרופיל או לשינוי חוויית המשתמש של הצרכן;
- מתן שירותים מטעם העסק, לרבות שירות לקוחות, שימור לקוחות ותמיכה וכיוצ"ב;
- אימות או שמירה על איכות או בטיחות של שירות או מוצר, וכן שיפור, שדרוג או תחזוקה של שירות או מוצר.

כדי לאפשר לצרכנים לממש זכות זו, העסק חייב:

- לפרסם בדף הבית של אתר העסק קישור שכותרתו "הגבילו את השימוש במידע אישי רגיש שלי", שיאפשר לצרכן להגביל את השימוש או הגילוי של מידע אישי רגיש אודותיו; אנ
- להשתמש בפלטפורמה, טכנולוגיה או מנגנון שבעזרתם יוכל הצרכן לשלוח לעסק אות העדפת ביטול המעיד על רצונו להגביל את השימוש במידע אישי רגיש שלו. באות העדפת ביטול ניתן לכלול גם התנגדות למכירה או לשיתוף מידע אישי של הצרכן.

עסק שקיבל מהצרכן הוראה שלא להשתמש או לגלות מידע אישי רגיש שלו, יימנע מלעשות כן לכל מטרה אחרת, ויהיה עליו להמתין לפחות שנה בטרם יבקש מהצרכן לאשר שימוש או גילוי של מידע אישי רגיש למטרות נוספות.

7. הזכות שלא להיות מופלה במימוש זכויות החוק - ה-CCPA אוסר על עסקים להפלות צרכנים שבחרו לממש את זכויותיהם. הפליה אסורה כוללת סירוב למתן שירות או מכירת מוצר, גביית מחירים שונים עבור מוצרים או שירותים בשל מימוש זכויות הצרכן, או הצעת מוצר או שירותים באיכות שונה בשל מימוש הזכויות. ה-CPRA מרחיב את האיסור להפלות גם ביחס למימוש זכויות באמצעות אות העדפת ביטול, ומבהיר כי אפליה אסורה במקרה כזה תכלול גם פגיעה מכוונת בפונקציונאליות של חוויית הצרכן והצגת התראה או חלון קופץ בתגובה לשימוש באות העדפת ביטול. כמו כן, ה-CPRA אוסר על עסק שמפרסם קישור לדף הסכמה, לחייב או לרמוז לצרכן שעליו לחוץ על הקישור כדי להיות זכאי לפונקציונאליות מלאה של מוצר, שירות או אתר של העסק.

בנוסף, ה-CPRA מחיל את ההגנות הקיימות מפני אפליה גם להקשר התעסוקתי, ואוסר על עסקים להגיב נגד עובד, מועמד לעבודה או קבלן אשר מימש את זכויותיו במסגרת החוק.

יישום נהלי אבטחת מידע

בעוד שה-CCPA אינו דורש להטמיע אמצעי אבטחה ספציפיים, ה-CPRA מחייב עסקים שאוספים מידע אישי של צרכנים ליישם אמצעי אבטחה "סבירים ונוהגים, בהתאם לאופי המידע שנאסף", על מנת להגן עליו מפני גישה, השמדה, שימוש, שינוי או חשיפה בלתי מורשית או בלתי חוקית. בנוסף, ה-CPRA מחייב התקנת תקנות שיחייבו עסקים שמעבדים מידע אישי באופן שמהווה סיכון משמעותי לפרטיות הצרכנים או לאבטחת המידע האישי שלהם, לפעול כדלקמן:

- לערוך ביקורת אבטחת מידע שנתית על ידי גורם בלתי תלוי; וגם
- להגיש לסוכנות להגנת הפרטיות תסקיר תקופתי הבוחן את ההשפעה והערכת הסיכונים שיש לעיבוד המידע על פרטיות הצרכנים.

כנגד התרשלותו של העסק בהטמעת אמצעי אבטחה סבירים כאמור להגנה על המידע האישי, החוק מעניק לצרכנים עילת תביעה אזרחית בשל אירוע אבטחת מידע. בעוד שעל פי ה-CCPA, עילת התביעה תקום רק במקרה שנעשה שימוש בלתי מורשה במידע או שנחשף מידע אישי המאפשר את זיהוי הצרכן, ה-CPRA מרחיב זאת גם לחשיפה של כתובת הדוא"ל של הצרכן בשילוב עם סיסמה או שאלת אבטחה ותשובה המאפשרת גישה לחשבון.

אכיפה וקנסות

ה-CPRA מכונן באופן פורמלי את הסוכנות להגנת הפרטיות ומסמיך אותה לבצע אכיפה מנהלית של החוק, ומאפשר לה להטיל קנסות בסך של 2,000 דולר על כל הפרה של החוק או קנס מוגבר בסך של 7,500 דולר על כל

הפרה מכוונת, לצד הסמכות לדרוש את תיקון ההפרות. ה-CPRA מרחיב את הסמכות להטיל קנס מוגבר להפרות חוק הנוגעות למידע אישי של קטינים, בתנאי שלמפר הייתה ידיעה ממשית שהצרכן מתחת לגיל 16. עוד נקבע, כי ספקי שירותים וקבלנים שיפרו את החוק יהיו חשופים לקנס מנהלי כאמור, בדומה לעסקים.

המשמעויות הנובעות מהחוק

החוק החדש מרחיב באופן ניכר את הזכויות הצרכניות הקבועות ב-CCPA ואת חובותיהם של עסקים ונותני שירותים מטעמם במענה לבקשות למימוש זכויות אלו, ומחיל אותן גם על פעולות וסוגי מידע שעד היום לא נכנסו בגדרו. חשוב מכך, החוק החדש מייסד את הסוכנות להגנת הפרטיות ומשנה באורח ניכר את סמכויות הפיקוח והאכיפה הנתונות בידיה, ואת הסנקציה בגין הפרות שונות של החוק. הצהרת המחוקק הקליפורני על כוונתו להתקין תקנות נוספות שיעסקו בשינוי הסדרים מהותיים נוספים כפי שפורט לעיל, לצד שילובם של מושגים ועקרונות ברוח ה-GDPR בחוק החדש, מסמנת שינוי נרחב בדיני הגנת הפרטיות בקליפורניה, באופן שיקרב אותה לסטנדרט האירופי.

כיוון שהחוק ייכנס לתוקף ב-1 בינואר 2023, אנו ממליצים ללקוחותינו שברשותם מידע שנאסף בקליפורניה לבחון האם הם כפופים להוראות החוק, ואם כן, להיערך בהקדם לעמידה בהוראותיו.

מחלקת הסייבר וטכנולוגיות המידע במשרדנו עומדת לרשותכם בכל שאלה בעניין זה, ותשמח לסייע בחשיבה משותפת בדבר היערכות מראש לשינויים הצפויים ובליווי בתהליך היערכות וציות לחוק החדש.

עדכון זה נכתב על ידי המתמחה גבי טלי אדיסמן.

אנו עומדים לרשותכם בכל שאלה או הבהרה ונשמח לסייע ככל הנדרש.

למידע נוסף ניתן לפנות אל:

03-6941320

adat@fbclawyers.com

עו"ד עמית דת

03-6941320

orachum@fbclawyers.com

עו"ד ד"ר עמרי רחום-טוויג

.....
הכלול באגרת מידע זו הוא מידע כללי בלבד, הוא אינו חוות דעת משפטית או ייעוץ משפטי ואין להסתמך עליו. כל הזכויות שמורות לפישר (FBC & Co.). להרשמה למייל זה או להסרה מרשימת התפוצה newsletter@fbclawyers.com