

# המדריך לחוק הגנת פרטיות הצרכן בקליפורניה - CCPA



נערך ע"י אור-חוף עורכי דין

דרך בגין 144, מגדל מידטאון, קומה 21, תל אביב  
[www.or-hof.com](http://www.or-hof.com); [office@or-hof.com](mailto:office@or-hof.com)



[www.or-hof.com](http://www.or-hof.com)

## תוכן העניינים

1..... תוכן העניינים

2..... הרקע לחקיקת החוק

4..... אודות משרד עו"ד אור-חוף

6..... מושגי יסוד

12..... תחולת החוק וכניסתו לתוקף

14..... סייגים וחריגים

15..... זכויות הצרכנים לפי החוק

16..... זכות הגישה או הזכות לדעת

18..... הזכות למחיקת מידע

20..... זכות להפסיק את מכירת המידע האישי של הצרכן

23..... הזכות לאי אפליה במימוש זכויות לפי החוק

24..... אמצעים למימוש זכויות הצרכנים

26..... אכיפה אזרחית פרטית במקרה של תקרית אבטחת מידע

30..... אכיפה באמצעות משרד התובע הכללי בקליפורניה

28..... סיכום

## הרקע לחקיקת החוק

כתגובה לזינוק בדיווחים על דליפות מידע צרכני ולחשש הגובר מפני אובדן הפרטיות, בין היתר בעקבות פרשת קיימברידג' אנאליטיקה, נחקק בחודש יוני 2018, במדינת קליפורניה, החוק להגנת פרטיות הצרכן ("CCPA" או "החוק") אשר יכנס לתוקף ב-1 בינואר, 2020.

מדינות נוספות בארה"ב צפויות ללכת בעקבות קליפורניה וכבר עומדות ותלויות הצעות חוק ברוח ה-CCPA בהוואי, מרילנד, מסצ'וסטס, מיסיסיפי, ניו מקסיקו, ניו יורק, צפון דקוטה ורוד איילנד. בחלק ממדינות אלו הצעות החוק כבר אושרו וחוקים מתאימים צפויים להיכנס לתוקף במהלך השנים הקרובות. במדינות וושינגטון וניו ג'רסי קיימות הצעות חוק השונות מהמודל הקליפורני אשר טרם הבשילו לכדי חוק.

בדומה לרגולציה האירופאית ("GDPR"), תחולת החוק הינה אקס-טריטוריאלית כך שהוא יחול לא רק על חברות אשר מקום מושבן הוא במדינת קליפורניה כי אם גם על חברות אשר מקום מושבן מחוץ לקליפורניה אך הן מספקות שירותים או מוצרים לתושבי קליפורניה.

תחולת ה-CCPA היא על תושבי קליפורניה, גם כשהם נמצאים זמנית במקום אחר, בשונה מה-GDPR המחיל עצמו על אנשים הממוקמים פיזית בתחומי האיחוד האירופי. כך, אפשר שתהיה תחולה לשני החוקים בו זמנית על אותה פעילות במידע אישי, לדוגמה, כאשר תייר קליפורני מבקר במדינה באיחוד האירופי.

כבר בפתח הדברים נבהיר כי ישנם הבדלים בין החקיקה האירופאית לבין החוק העתידי להיכנס לתוקף בקליפורניה כגון דרישות שונות לתוכן מדיניות הפרטיות, זכויות שונות והגדרה שונה של 'מידע אישי' כך שהיא כוללת גם מידע אישי הקשור למשקי בית ולמכשירים. גם חברות שנערכו לציות עם ה-GDPR תצטרכנה להעריך את תחולת החוק על עסקיהן, מערכותיהן ונהליהן הפנימיים ולבצע התאמות ושינויים נוספים.

מטרת החוק, כפי שהיא מוצהרת בחוק עצמו, הינה לחזק את הזכות החוקתית (מכוח החוקה הקליפורנית) לפרטיות באמצעות מתן כלים אפקטיביים לצרכנים לשלוט במידע האישי שלהם וכך לקדם את ההגנה על הפרטיות והאוטונומיה שלהם וזאת על ידי:

מתן הזכות לצרכן לדעת אילו קטגוריות של מידע אישי נאספו עליו ועל ילדיו.

מתן הזכות לצרכן לדעת אם המידע האישי שלו נמכר או הועבר למטרות עסקיות וככל שכן – מי הם אותם צדדים שלישיים.

הטלת חובה על עסקים לגלות לצרכן אם הם מוכרים את המידע האישי שלו ומתן אפשרות לצרכן להורות לעסק לחדול מכך.

[לחצו לתוכן העניינים](#)

הטלת איסור על עסקים למנוע שירות, לשנותו או לגבות יותר עבורו אם הצרכן מבקש לממש את הזכויות הנתונות לו לפי חוק זה.

דרישה מעסקים לאבטח את המידע האישי של הצרכנים והטלת אחריות עליהם במקרה של דליפת מידע אישי.

מדריך זה הוא כמובן לא תרגום של החוק. המדריך איננו ממצה. ישנן הוראות ב – CCPA שעוד תדרושנה מלאכת פרשנות רבה ולעתים תמצאו במדריך גם את דעתנו. לתשומת הלב: איננו מוסמכים לעריכת דין בקליפורניה והמדריך איננו בגדר חוות דעת משפטית. תפקידו לשמש כמעין מורה נבוכים למושגים ולעקרונות הכלולים בחוק ולסייע בהבנת יישום הוראותיו, אך הוא איננו תחליף ליעוץ מקצועי בנוגע לחוק זה.

אנו מקווים שמדריך זה יועיל לכם.

## אודות משרד עו"ד אור-חוף

אור-חוף טכנולוגיות וקניין רוחני הוא משרד בוטיק המתמחה במשפט מסחרי בכלל ובטכנולוגיות, קניין רוחני, הגנת מידע ופרטיות ומסחר בינלאומי בפרט.

המשרד מייצג חברות ישראליות ובינלאומיות בתחומי הטכנולוגיות, פיננסים, תקשורת, מדיה ופרסום, חינוך, ניהול זכויות יוצרים, רשויות ממשל ורשויות מקומיות, ועוד; המשרד מספק מעטפת משפטית לחברות ומיזמים טכנולוגיים, לרבות חוזים מסחריים ומסחור טכנולוגיות (כולל מוצרי IoT), דיני תאגידים, עסקאות בינלאומיות, בניה והוצאה לפועל של תכניות ציור, רישום ואכיפת זכויות קניין רוחני, בחינת אסטרטגיות עסקיות, ניתוח רגישויות וסיכונים ותהליכי בדיקת נאותות (Due Diligence), ניהול אירועי דליפות מידע ועוד בעולמות החדשנות והטכנולוגיה.

מזה מספר שנים שתחום הגנת הפרטיות, ניהול מידע אישי ואבטחת מידע מגדיל באופן ניכר את השפעתו על הפעילות המסחרית בארץ ובעולם. סיכוני האבטחה והסייבר ההולכים ומתרבים, לצד גידול בקנסות ובעצירת פעילויות על ידי הרגולטורים בארץ ובח"ל, מחייבים שינוי גישה מהותי. לשם כך פרסמנו את המדריך הנוכחי, ופיתחנו מתודולוגיה ייחודית במטרה לסייע לחברות וארגונים בהיערכותם לעמידה בדרישות ה-CCPA.



## עו"ד דן אור-חוף

עו"ד דן אור-חוף, בעל רישיון לעריכת דין בישראל ובמדינת ניו יורק ארה"ב, בעל ותק של למעלה מ- 20 שנה ובעל תואר שני בהצטיינות יתרה מאוניברסיטת תל אביב בשיתוף עם אוניברסיטת ברקלי, קליפורניה. דן הקים את המשרד בשנת 2013 לאחר ששימש קודם לכן כשותף וכמנהל צוות טכנולוגיות מידע, אינטרנט וזכויות יוצרים בפירמה בינלאומית. דן בעל ניסיון רב במשפט אזרחי- מסחרי עם התמחות בתחומי הטכנולוגיות וקניין רוחני. לצד עבודה משפטית – מסחרית, דן עוסק ברגולציה, ציות וחקיקה;

עו"ד דן אור-חוף, עוסק בהיבטי הגנת מידע ופרטיות מזה שנים רבות. הוא מומחה מוסמך להגנת מידע אישי (CIPP/US; CIPP/E) וחבר האיגוד הבינלאומי למומחים בתחום ההגנה על פרטיות במידע (IAPP), יו"ר הפורום למומחי הגנת מידע (IDPF), מלמד הגנת מידע ופרטיות בתוכנית ללימודי הסייבר באוניברסיטת תל אביב, חבר המועצה הציבורית להגנת הפרטיות, מייעץ בתהליכי חקיקה, מרצה בארץ ובחו"ל וכותב לפרסומים מקומיים וזרים.

למידע נוסף אודות הצוות המשפטי בקרו באתרנו [www.or-hof.com](http://www.or-hof.com)

## מושגי יסוד

סעיף 1798.140 ל-CCPA.	סעיפים רלוונטיים
-----------------------	------------------

כדי להבין את ה-CCPA, יש להכיר את הטרמינולוגיה שבה החוק משתמש. מושגים מסוימים מהחוק, אף מזכירים במידה מסוימת הוראות והגדרות כפי שאלו מצויות ב-GDPR. בחרנו להציג מספר מושגים דומיננטיים מתוך החוק, שמומלץ להכירם על מנת להבין היטב את הוראות ה-CCPA.

➤ **אדם (Person)**, מוגדר כאינדיבידואל, עסק בבעלות יחיד, פירמה, שותפות, מיזם משותף, איגוד, נאמנות, חברה, תאגיד, חברה בע"מ, אגודה, וועדה, כל ארגון אחר או קבוצת אנשים הפועלים ביחד. ניכר כי הגדרת המונח אדם הינה רחבה מהגדרת צרכן ונועדה לכלול בתוכה את כלל הישויות המשפטיות (legal person) ולא רק אדם 'טבעי'.

➤ **איסוף (Collection)** משמעו רכישה, שכירה, איסוף, השגת, קבלת או גישה לכל מידע אישי הנוגע לצרכן בכל אמצעי, לרבות קבלת המידע מהצרכן עצמו, באופן אקטיבי או באופן פסיבי, או באמצעות בחינת התנהגותו.

➤ **דף בית (Homepage)** פירושו הדף הראשון באתר אינטרנט וכן כל דף אינטרנט בו נאסף מידע אישי. במקרה של שירות מקוון, כגון יישומון (אפליקציה), ההגדרה של דף בית מתייחסת לדף הפלטפורמה או דף ההורדה של היישומון (להבנתנו – דפי היישומון בחנויות היישומים כדוגמת – Google Play ו- AppStore וכן דפי הורדת היישומון באתר אינטרנט של החברה), לקישור בתוך היישומון, כגון מקישורים שכותרתם: "מידע", "אודות" וכיו"ב, או בדף ההגדרות של היישומון וכן כל מקום אחר אשר מאפשר לצרכנים לעיין במידע הנדרש להם לפי חוק זה, לרבות לפני הורדת היישומון.

ההגדרה הזו נוגעת לדרישת החוק ליישם מנגנון שמאפשר לצרכן לבקש להימנע ממכירת מידע עליו ("Do not Sell my Personal Information"). נוסח החוק הנוכחי איננו בהיר דיו, כדי להבין אם יש להציב מנגנון כזה פעם אחת בלבד באחת מהאפשרויות המנויות בהגדרת "דף הבית", או שיש להציב את האפשרות הזו במספר מקומות במקביל.

➤ **מטרות מסחריות (Commercial Purposes)** פירושן קידום האינטרסים המסחריים או הכלכליים של אדם, למשל על ידי השפעה על אדם אחר לקנות, לשכור, לחכור, להצטרף, להירשם, לספק, או להחליף מוצרים, טובין, רכוש, מידע או שירותים, או לאפשר או להביא לידי, במישרין או בעקיפין, עסקה מסחרית.

מטרות מסחריות אינן כוללות ביטויים, אשר בתי המשפט המקומיים בקליפורניה או הפדראליים הכירו בהם כביטויים לא מסחריים, לרבות ביטוי פוליטי, או עיתונאי.<sup>1</sup>

➤ **מטרה עסקית (Business Purpose)** פירושה שימוש במידע אישי למטרות ארגוניות של העסק או של ספק השירותים, או למטרות אחרות שניתן לגביהן הודעה מתאימה, ובלבד שהשימוש במידע אישי יהיה נחוץ באופן סביר ומידתי לצורך השגת המטרה הארגונית שלשמה נאסף או עובד המידע, או מטרה ארגונית אחרת התואמת את ההקשר בו נאסף המידע האישי. לצד ההגדרה בחוק מובאת רשימה של מטרות עסקיות כדלקמן:

- בקרה על אינטראקציה שוטפת עם הצרכן ועסקאות הנובעות ממנה, לרבות, מדידת שיעור החשיפה לפרסומות למשתמשים ייחודיים, אימות מיצוב ואיכות חשיפה כאמור ובקרה על עמידה בתנאים אלו ובסטנדרטים אחרים;
- זיהוי תקריות אבטחה, והגנה מפני פעילות זדונית, מטעה, פעילות מרמה או פעילות בלתי חוקית והעמדה לדין של האחראים לפעילויות אלו;
- איתור תקלות ותיקון שגיאות הפוגעות בפונקציונליות;
- שימוש זמני וקצר, בתנאי שהמידע האישי אינו מועבר לצד שלישי אחר ואינו משמש לבניית פרופיל על הצרכן, או לשינוי חוויית השימוש שלו מעבר לאינטראקציה השוטפת עמו, לרבות, התאמה אישית קונטקסטואלית של המודעות המוצגות לו כחלק מאותה אינטראקציה;
- מתן שירותים מטעם העסק או ספק השירות, לרבות שירות לקוחות, שימור לקוחות, תמיכה בלקוחות, ביצוע הזמנות ועסקאות, אימות פרטי לקוח, ביצוע תשלומים, מתן שירותי מימון, פרסום ושיווק, מתן שירותים אנליטיים, או מתן שירותים אחרים דומים מטעם העסק או ספק השירות;
- מחקר פנימי לצורך פיתוח טכנולוגי והדגמה;
- פעולות לאימות או לשמירה על האיכות או הבטיחות של שירות, או מכשיר בבעלות, או מיוצר על ידי, או מיוצר עבור, או בשליטת העסק, וכן כדי לשפר, לשדרג, או לחזק את השירות או המכשיר כאמור.<sup>2</sup>

➤ **מידע אישי (Personal Information)** הינו מידע המזהה, מתייחס, מתאר, יכול, באופן סביר, להיות משויך אל, או ניתן לקישור באופן סביר, במישרין או בעקיפין, עם צרכן או משק בית מסוים. מדובר בהגדרה רחבה שכן מידע יכול להיות מוגן כמידע אישי אף אם אינו מתייחס לאדם יחיד, אלא למשק בית.

[לחזרה לתוכן העניינים](#)

<sup>1</sup> Cal. Civ. Code § 1798.140(f).

<sup>2</sup> Cal. Civ. Code § 1798.140(d).



לצורך המחשת היקף ההגדרה, מובאת בחוק רשימה לא סגורה של 11 דוגמאות של מידע אישי<sup>3</sup>, כדלקמן:

- מזהה כגון שם אמיתי, כינוי, כתובת דואר, מזהה אישי ייחודי, מזהה אינטרנטי (IP), כתובת דוא"ל, שם משתמש, מספר ביטוח לאומי, מספר רישיון נהיגה, מספר דרכון או כל מידע מזהה דומה אחר;

- כל קטגוריות המידע האישי המנויות בקודקס האזרחי של מדינת קליפורניה ( Civil Code 1798.80<sup>4</sup>) ומוסיפות על האמור בסעיף הקודם: חתימה, מאפיינים פיזיים או תיאור, כתובת, מספר טלפון, מספר תעודת זהות, מספר פוליסות ביטוח, מידע בנוגע להשכלה, תעסוקה, היסטוריית תעסוקה, מספר חשבון הבנק שלו, מספר כרטיס אשראי, מספר כרטיס חיוב או כל מידע פיננסי אחר, מידע רפואי או מידע הקשור לביטוח הבריאות. "מידע אישי" אינו כולל מידע הזמין באופן חוקי לציבור מרשומות ממשלתיות, פדרליות או מקומיות;

- מאפיינים של סיווגים המוגנים לפי חוקי קליפורניה או החוק הפדרלי בארה"ב;

- מידע מסחרי, לרבות רשומות של רכוש, מוצרים או שירותים שסופקו, התקבלו או נשקלו, או מידע בקשר עם היסטוריית הרכישה או הצריכה או מגמות צריכה;

- מידע ביומטרי;

- מידע בנוגע לפעילות הצרכן ברשת אינטרנט או ברשת אלקטרונית אחרת, לרבות היסטוריית גלישה, היסטוריית חיפוש ומידע על אינטראקציה של הצרכן עם אתרי אינטרנט, יישומים או גורמי פרסום;

- מידע בקשר למיקום גאוגרפי;

- מידע קולי, אלקטרוני, חזותי, תרמי, מידע הקשור לחוש הריח או מידע דומה;

- מידע מקצועי או תעסוקתי;

- מידע על השכלתו של הצרכן, המוגדר כמידע שאינו נגיש לציבור והמזהה אישית את הצרכן כגון: שמו, שם הוריו או בן משפחה אחר, כתובת מגוריו או מגורי משפחתו, מספר סטודנט, תאריך לידה, מקום לידה ועוד (להרחבה ראו חוק זכויות החינוך והפרטיות של המשפחה בקליפורניה);

## [לחזרה לתוכן העניינים](#)

<sup>3</sup> רשימת הדוגמאות הן כולן רק בעלות פוטנציאל מזהה ולא בהכרח מידע אישי. מידע כגון כתובת IP, היסטוריית רכישה ומידע בדבר מיקום לא ייחשבו, באופן אוטומטי, למידע אישי אלא רק אם ניתן לקשור מידע כאמור עם צרכן או משק בית ספציפיים.

<sup>4</sup> Cal. Civ. Code § 1798.180(e).

- מסקנות מכל מידע המנוי לעיל כדי ליצור פרופיל על הצרכן המשקף את העדפותיו, מאפייניו, נטייתו הפסיכולוגיות, נטיותיו הקדומות, התנהגותו, גישותיו, האינטליגנציה שלו, יכולותיו וכישרונותיו;

מידע אישי **אינו כולל** מידע הנגיש לציבור, אשר פירושו מידע הזמין באופן חוקי ברשומות הממשלתיות, המדינתיות, או המקומיות. מידע הנגיש לציבור אינו כולל מידע ביומטרי שנאסף על ידי עסק על הצרכן ללא ידיעתו.

מידע אישי **אינו כולל** מידע צרכני לא מזהה או מידע צרכני מצרפי.

➤ **מידע לא מזהה** (Deidentified) פירושו מידע שאינו יכול, באופן סביר, לזהות, להתייחס, לתאר, להיות משויך, להיות מקושר, באופן ישיר או עקיף, לצרכן מסוים, ובלבד שהעסק אשר משתמש במידע כאמור: (1) יישם אמצעי ביטחון טכניים המונעים זיהוי מחדש של הצרכן שאליו המידע עשוי להיות שייך; (2) יישם תהליכים עסקיים המונעים באופן ספציפי זיהוי מחדש של המידע; (3) יישם תהליכים עסקיים למניעת גילוי בשוגג או ברשלנות של המידע; (4) לא עושה כל ניסיון בכדי לזהות מחדש את המידע.

➤ **מידע צרכני מצרפי** (Aggregate Consumer Information) הוא מידע המתייחס לקבוצה או לקטגוריה של צרכנים, שנגרע ממנה מידע המזהה צרכן ספציפי, ואינו מקושר או עשוי באופן סביר להיות מקושר לצרכן או למשק בית, לרבות באמצעות מכשיר. מידע זה, אינו כולל רשומה אחת או יותר של מידע על צרכן יחיד, שאינו מזהה.<sup>5</sup>

➤ **מכירה** – לרבות השכרה, פרסום, גילוי, הפצה, הנגשה, העברה, או כל תקשור אחר – בעל פה, בכתב, באמצעי אלקטרוני או באמצעי אחר – של מידע אישי של צרכן ע"י העסק לעסק אחר או לצד שלישי עבור תמורה כספית או אחרת.

עסק **אינו** "מוכר" מידע כאשר:

(1) הצרכן מורה לעסק לגלות את המידע או משתמש בעסק כדי לתקשר במכוון עם צד שלישי ובלבד שצד שלישי זה גם לא מוכר את המידע;

(2) העסק משתמש או משתף עם צד שלישי נתון מזהה של צרכן (כדוגמת: שם, שם משתמש, כתובת דוא"ל וכיו"ב), כשהצרכן דרש להפסיק למכור את המידע עליו – וזאת כדי ליידע צדדים שלישיים על דרישת הצרכן;

(3) העסק משתמש (או משתף עם ספק שירות) מידע אישי של צרכן, אם: (א) השימוש או שיתוף המידע הוא הכרחי לצורך ביצוע מטרה עסקית (ראו לעיל את ההגדרה ל"מטרה עסקית"); (ב) העסק נתן לצרכן הודעה הולמת בהסכם ההתקשרות; ו - (ג) ספק השירות משתמש במידע רק כדי לממש את המטרה העסקית;

4) העסק מעביר את המידע האישי של הצרכן לצד שלישי כחלק ממיזוג, רכישה, פשיטת רגל או עסקה אחרת שבה הצד השלישי רוכש שליטה, מלאה או חלקית, בעסק ובלבד שהמידע מועבר בהתאם להוראות החוק. ככל שבכוונת הצד השלישי לשנות את אופן השימוש במידע האישי באופן מהותי החורג מההבטחות שניתנו לצרכן בעת איסוף המידע, הצד השלישי יספק הודעה מוקדמת על כך באופן בולט כדי להבטיח שהצרכנים יוכלו לממש בקלות את זכויותיהם על פי החוק. אין להסיק מכך כי לעסק מותר לערוך שינויים מהותיים רטרואקטיביים במדיניות הפרטיות שלו או שינויים אחרים המפרים הוראות חוק בדבר איסור על התנהגות מטעה ובלתי הוגנת.

➤ **מכשיר (Device)** משמעו כל אובייקט פיסי היכול להתחבר לאינטרנט, באופן ישיר או עקיף, או למכשיר אחר.

➤ **ספק שירות (Service Provider)** פירושו, עסק בבעלות יחיד, שותפות, חברה בע"מ, תאגיד, אגודה או גוף משפטי אחר המאורגן או הפועל לשם עשיית רווחים או לתועלת כספית של בעלי המניות או בעליו האחרים, המעבד מידע בשם עסק, ואשר העסק מגלה לו מידע אישי של הצרכן למטרה עסקית על פי הסכם בכתב, ובלבד שהסכם כאמור אוסר על הישות המקבלת את המידע לשמור, להשתמש או לגלות את המידע האישי לכל מטרה אחרת, פרט למטרה הספציפית של ביצוע השירותים עבור העסק כמפורט בהסכם, או בהתאם למותר בחוק זה, לרבות שמירה, שימוש או גילוי של מידע אישי למטרה מסחרית אחרת ממתן השירותים כפי שאלו מפורטים בהסכם עם העסק.<sup>6</sup>

➤ **עיבוד (Processing)** משמעו כל פעולה או סדרת פעולות המבוצעות על מידע אישי, או על אוסף של מידע אישי, בין באמצעים אוטומטיים ובין באמצעים אחרים.<sup>7</sup>

➤ **עסק (Business)** פירושו:

1) ארגון בבעלות של יחיד, שותפות, חברה בע"מ, תאגיד, אגודה או ישות משפטית אחרת המאורגן או פועל לשם עשיית רווחים או תועלת פיננסית של בעלי מניותיו או בעליו האחרים, אשר אוסף מידע אישי של צרכנים או אשר בשמו נאסף מידע כאמור ולבדו, או במשותף עם אחרים, קובע את המטרות והאמצעים של עיבוד המידע האישי, פועל במדינת קליפורניה ומקיים את אחד או יותר מהתנאים הבאים:

א. הכנסתו השנתית עולה על עשרים וחמישה מיליון דולר; או,

ב. לבדו או במשותף, רוכש, מקבל למטרותיו המסחריות, מוכר או משתף לצורך מטרות מסחריות את המידע האישי של חמישים אלף ומעלה צרכנים, משקי-בית או מכשירים בשנה; או,

ג. חמישים אחוזים או יותר מהכנסתו השנתית נובעת ממכירת מידע אישי של צרכנים;

2) כל ישות אשר בשליטתה עסק או הנמצאת תחת שליטה של עסק, כהגדרתו בסעיף 1 לעיל, ואשר להם מיתוג משותף כגון אותו שם, סימן מסחר או סימן שירות.

➤ **צרכן (Consumer)** מוגדר כאדם 'טבעי' (דהיינו שאינו תאגיד או חבר בני אדם) שהוא תושב מדינת קליפורניה, המזוהה, בכל דרך שהיא, לרבות באמצעות מאפיין ייחודי.

➤ **צד שלישי (Third Party)** מוגדר כאדם **שאינו** אחד מהבאים:

1) העסק אשר אוסף מידע אישי מצרכנים לפי החוק.

2) אדם המקבל מעסק מידע אישי של צרכן למטרה עסקית, בהתאם להסכם בכתב ובכפוף לכך שההסכם כולל את התנאים הבאים (בדומה למגבלות החלות על "ספק שירות"):

א. איסור על מקבל המידע האישי: (i) למכור אותו; (ii) לשמור אותו, להשתמש בו או לגלותו לכל מטרה אחרת, למעט המטרה הספציפית המוגדרת בהסכם כאמור, לרבות שמירה, שימוש או שיתוף המידע האישי למטרה מסחרית שאינה אספקת השירותים המפורטים בהסכם; ו- (iii) לשמור, להשתמש או לגלות את המידע מחוץ למערכת היחסים העסקית הישירה שבין מקבל המידע והעסק.

ב. הצהרה של מקבל המידע האישי לפיה הוא מבין את המגבלות החלות עליו (כמפורט לעיל) והוא יציית להן.

אדם המקבל מידע אישי כאמור ומפר את המגבלות המפורטות לעיל יהא אחראי להפרה ואילו העסק אשר גילה לו את המידע האישי לא יהא אחראי על השימוש המפר ובלבד שבעת גילוי המידע האישי, לא היה לעסק ידע ממשי או סיבה להאמין, כי אותו אדם מתכוון לבצע הפרה כאמור.<sup>8</sup>

במלים אחרות, "צד שלישי" הוא כל מי שאינו ה"עסק" או "ספק השירות".

<sup>8</sup> Cal. Civ. Code § 1798.140(w).

## תחולת החוק וכניסתו לתוקף

סעיפים 1798.145 ו- 1798.192 ל-CCPA.	סעיפים רלוונטיים
-------------------------------------	------------------

<p>בדקו היטב: האם הנכם אוספים מידע אישי על צרכנים, בהגדרתם בחוק?</p> <p>האם לעסק שלכם הכנסה שנתית העולה על עשרים וחמישה מיליון דולר (\$25,000,000)?; האם העסק שלכם, בעצמו או בשיתוף, קונה, מקבל למטרות מסחריות של העסק, מוכר או משתף למטרות מסחריות, את המידע האישי של יותר מ- 50,000 צרכנים, משקי בית או מכשירים בשנה?; או האם למעלה מ- 50% מההכנסה השנתית של העסק שלכם נובעת ממכירת מידע אישי? אם התשובה לאחת או יותר מהשאלות הללו חיובית הרי שה-CCPA חל עליכם ומשכך מומלץ להיערך לבניית תוכנית ציות מתאימה.</p>	נושאים להתייחסות
--	------------------

### מועד כניסה לתוקף

החוק עתיד להיכנס לתוקף ביום 1 בינואר, 2020.

### תחולת החוק

החוק יחול רק על עסקים אשר אוספים מידע אישי של צרכנים שהינם תושבי קליפורניה.

המונח 'תושב קליפורניה' מוגדר בקובץ התקנות של קליפורניה (California Code of Regulations) וכולל: יחיד הנמצא במדינת קליפורניה למטרה שאינה זמנית או חולפת; ויחיד המתגורר במדינת קליפורניה אך נמצא מחוץ למדינה למטרה זמנית או חולפת.<sup>9</sup>

תחת הגדרת תושב, אדם יכול להיחשב תושב קליפורניה אף אם אינו מתגורר בה ולהיפך – אדם יכול להתגורר במדינת קליפורניה מבלי להיות תושב שלה.

[לחזרה לתוכן העניינים](#)

<sup>9</sup> Cal. Code. Regs. Tit. 18, § 17014.

מטרת ההגדרה, אשר מקורה בחקיקת המס של קליפורניה, היא לכלול בתוכה כל אדם שנמצא פיזית במדינה וזכאי ליהנות מההגנה הנתונה לו באמצעות חוקי המדינה, למעט אנשים הנמצאים בה באופן זמני וכן להחריג מההגדרה כל אדם אשר למרות שמקום מושבו הוא קליפורניה, נמצא מחוץ למדינה למטרה שאינה זמנית או חולפת בלבד ומשום כך אינו זכאי ליהנות מהגנה כאמור.

לפיכך, נראה שצרכן, אינו רק צרכן כפי הגדרתו האינטואיטיבית, וחוק זה יחול גם על פצינטיים, עובדים, שוכרים, סטודנטים, הורים, ילדים וכו' ובלבד שהינם תושבי קליפורניה.

כל חברה, בכל מקום בעולם, תהא מחויבת לפעול על פי הוראות ה-CCPA אם היא מקבלת מידע אישי של תושב קליפורניה ואם היא, חברת האם שלה או חברת הבת שלה, מקיימות את אחד מהתנאים הבאים (ראו הגדרת המונח 'עסק' לעיל):

(1) יש לה הכנסה שנתית העולה על 25,000,000 דולר; בעניין זה חשוב להדגיש כי ישנה אי בהירות האם מדובר בהכנסה שנתית הנובעת ממכירות החברה רק במדינת קליפורניה או מכלל מכירותיה;

(2) היא מחזיקה במידע אישי של לפחות 50,000 תושבי קליפורניה בשנה;

(3) הכנסותיה הנובעות ממכירת מידע אישי של תושבי קליפורניה מהוות יותר מ-50% מסך הכנסותיה השנתיות; המונח מכירה מוגדר אף הוא בצורה רחבה וכולל כל גילוי של המידע בעבור תמורה;

חברה שאין לה או לחברה קשורה לה נוכחות פיזית בקליפורניה, לא תהא כפופה לחוק, אם כל פעילותה המסחרית מתבצעת בשלמותה מחוץ לקליפורניה ושאינה "עושה עסקים במדינת קליפורניה". ככל הנראה לרוב החברות יהיה קשה להוכיח כי אינן עושות עסקים בקליפורניה שכן גם הפרשנות שניתנה למונח 'לעשות עסקים' הינה רחבה מאוד. כך למשל על פי חקיקת המס בקליפורניה, חברה הממוקמת מחוץ למדינה תיחשב כ'עושה בה עסקים' אם היא באופן פעיל עוסקת או מתקשרת בעסקאות למטרת רווח כספי בקליפורניה או אם היא מקיימת תנאי סף אחרים כגון החזקה של נכסים מוחשיים בקליפורניה העולים על 50,000 דולר או 25% מסך הנכסים כאמור של החברה – לפי הנמוך מביניהם.

כמו כן, חברות מחוץ לקליפורניה עשויות להיות כפופות לדיני החברות בקליפורניה אם הן מתקשרות בעסקאות חוזרות ורציפות בקליפורניה דבר אשר יכול להתרחש מרחוק או באופן מקוון.

החוק הינו קוגנטי ועל כן כל תניה בהסכם שיש בה כדי לוותר או להגביל זכות של צרכן לפי החוק - בטלה.

## סייגים וחריגים

אין באמור בחוק זה כדי:

- למנוע מעסק למלא אחר חובותיו לפי כל חוק אחר.
- למלא אחר כל דרישה, חקירה, צו או זימון, אזרחי, פלילי או רגולטורי שנתבקשו ע"י רשות מקומית, מדינתית או פדרלית.
- לשתף פעולה עם רשויות אכיפת החוק בקשר עם התנהגות או פעילות, אשר העסק, ספק שירות או צד שלישי מאמינים באופן סביר ובתום לב, כי יש בה כדי להפר חוק מקומי, מדינתי או פדרלי.
- להגיש תביעות או להתגונן מפניהן.
- לאסוף, להשתמש, לשמור, למכור או לגלות מידע לא מזהה או מצרפי של צרכן.
- למכור או לאסוף מידע של צרכן, אם כל היבט של הפעילות המסחרית מתבצע בשלמות מחוץ לקליפורניה. קרי, העסק אסף את המידע בזמן שהצרכן שהה מחוץ לקליפורניה ומכירת המידע האישי של הצרכן לא התבצעה בקליפורניה ואינה כוללת כל מידע אישי שנאסף בזמן שהצרכן שהה בקליפורניה. אין בכך כדי להתיר לעסק לאחסן מידע אישי על צרכן כאשר הוא בקליפורניה ואז לאסוף את המידע כאשר הצרכן והמידע המאוחסן נמצאים מחוץ לקליפורניה.

## פטורים

החוק לא יחול:

- אם הציות לו יפר חסיון ראייתי המוכר לפי חוקי קליפורניה וחוק זה לא ימנע מעסק מלגלות את המידע האישי לאדם המוגן לפי חסיון כאמור במסגרת תקשורת חסויה ביניהם.
- על מידע רפואי המוגן בסודיות רפואית וכן על מידע רפואי מוגן הנאסף על ידי ארגונים עליהם חלים חוקים ספציפיים אחרים בתחום הפרטיות בבריאות כגון HIPPA. ביחס למידע הנאסף במסגרת ניסויים קליניים המוגן לפי כללים אחרים.

[לחזרה לתוכן העניינים](#)

- על מכירה של מידע אישי לחברות אשר עיסוקן איסוף והפצת מידע עסקי על יחידים וחברות כגון דירוג אשראי או אשר התקבל מחברה כאמור, אם המידע נועד לשימוש לצורך הכנת דוח בקשר עם הצרכן והשימוש במידע מוגבל בהתאם לחוק אשראי הוגן (Fair Credit Reporting Act).
- ביחס למידע אישי שנאסף, עובד, נמכר או נמסר בהתאם לחוק השירותים הפיננסיים (Gramm-Leach-Bliley Act) או לחוק הגנת פרטיות הנהגים (Driver's Privacy Protection Act). הפטור לא יחול בקשר עם סעיף 1798.50 לחוק שעניינו בזכות התביעה במקרה של דליפת מידע.
- במקרה של סתירה בינו לבין חוק פדרלי או לחוקת מדינת קליפורניה.
- פטור חלקי למשך שנה (עד ה-1 בינואר 2021) ביחס למידע אישי הנאסף ממי שהינו: מועמד לעבודה, עובד, דירקטור, נושא משרה, חבר צוות רפואי או קבלן של עסק, ככל שהמידע האישי נאסף ונעשה בו שימוש בהקשר של היותו כזה בלבד. הפטור למעסיק הוא מהחובה לממש זכויות בלבד והוא אינו פטור מחובות הגילוי וניתן להשתמש בזכות האכיפה הפרטית כלפיו בגין דליפת מידע כאמור.<sup>10</sup>

## זכויות הצרכנים לפי החוק

ה-CCPA מגדיר מספר זכויות עיקריות המוקנות לצרכנים תושבי קליפורניה, וקובע את חובות העסק והאמצעים למימוש זכויות הצרכנים.

אלה הן הזכות לקבל מידע (זכות הגישה), הזכות להימחק, הזכות למנוע מכירה של מידע והזכות שלא להיות חשוף לאפליה בשל מימוש הזכויות.

[לחזרה לתוכן העניינים](#)

<sup>10</sup> פטור חלקי זה נוסף בתיקון AB 25 לחוק.



## זכות הגישה או הזכות לדעת

סעיפים 1798.100, 1798.110 ו- 1798.115 ל-CCPA.	סעיפים רלוונטיים
---	------------------

<p>יש לעדכן את מסמכי מדיניות הפרטיות ו/או את אתר האינטרנט של העסק ולכלול בהם התייחסות לקטגוריות המידע האישי שנאספו, נמכרו או גולו למטרות עסקיות במהלך 12 החודשים האחרונים. לחלופין, אם מידע אישי לא נמכר, יש לציין זאת במדיניות הפרטיות.</p> <p>יש להיערך למתן מענה לבקשות צרכנים למימוש זכותם לדעת כיצד נוהג העסק במידע עליהם בתוך 45 ימים ממועד הגשת בקשת הצרכן, כאשר תקופה זו עשויה להתארך ב-45 יום נוספים בנסיבות מסוימות.</p> <p>יש להיערך ליצירת לפחות שתי דרכים שונות להגשת בקשות צרכנים, הכוללות בכל מקרה, מספר טלפון חינמי ואם לעסק אתר אינטרנט גם את כתובתו, לצורך הגשת בקשה למימוש הזכות.</p>	נושאים להתייחסות
--	------------------

בדומה לזכות הגישה המוקנית לנושא המידע תחת ה-GDPR, הזכות הראשונה הקבועה בחוק הקליפורני היא זכות הצרכן לדעת איזה מידע אישי שלו נאסף או מעובד, על ידי מי ולאיזה צורך. לצרכן הזכות לבקש מעסק אשר **אוסף** (להבנתנו – מהצרכן) מידע אישי שיגלה לו את הפרטים הבאים:

- קטגוריות המידע האישי (בהתאם לאמור בהגדרת 'מידע אישי');
- הנתונים הספציפיים שנתקבלו מהצרכן;
- אם העסק מקבל מידע אודות הצרכן מאחרים, הרי שלצרכן מוקנית הזכות לקבל את הפרטים הנוספים הבאים:
- קטגוריות המקורות מהם נאסף המידע האישי;
- המטרה העסקית או המסחרית לשמה נאסף או נמכר המידע האישי;

[לחזרה לתוכן העניינים](#)

- קטגוריות הצדדים השלישיים להן העסק מעביר את המידע האישי;
- בנוסף, ביחס לעסק אשר מוכר את המידע האישי של הצרכן או שמגלה אותו לצורך מטרה עסקית, לצרכן הזכות לבקש מהעסק שימסור לו את הפרטים הנוספים הבאים:
- קטגוריות המידע האישי אשר העסק מכר וקטגוריות הצדדים השלישיים שלהם המידע האישי נמכר;
- קטגוריות המידע האישי אשר העסק גילה לצורך מטרה עסקית;

## החובות הנגזרות מזכות הגישה

- בעת איסוף המידע או לפניו, העסק יודיע לצרכנים אילו קטגוריות של מידע אישי נאספות ולאילו מטרות ייעשה במידע שימוש באמצעות מדיניות הפרטיות של העסק ואם אין לעסק מדיניות כאמור יעשה זאת העסק באמצעות גילוי באתר האינטרנט שלו. עסק לא יאסוף קטגוריות נוספות של מידע אישי או יעשה שימוש במידע האישי שנאסף למטרות נוספות מבלי ליתן הודעה בהתאם.
- צד שלישי לא ימכור מידע אישי על צרכן שנמכר לו ע"י עסק אלא אם הצרכן קיבל הודעה מפורשת (באמצעות מדיניות הפרטיות או אתר האינטרנט של העסק) על כך וניתנה לו הזדמנות לממש את זכותו להורות על הפסקת מכירת המידע שלו.
- עסק יספק לצרכן את המידע המבוקש על ידו רק לאחר קבלת בקשה מהצרכן ואימות זהותו של הצרכן. עסק לא יהא מחויב לספק את המידע המבוקש אם לא הצליח לוודא כי הצרכן שפנה אליו הוא אכן אותו צרכן שלגביו נאסף ונשמר המידע האישי.
- עסק אשר קיבל בקשה כאמור, יפעל, ללא דיחוי וללא עלות (אלא אם מדובר בבקשה שאינה מבוססת, מופרזת או רפטטיבית שאז יהא העסק רשאי לדרוש תשלום), כדי לגלות לצרכן את המידע המבוקש על ידו. המידע יועבר לצרכן בדואר או באופן אלקטרוני בפורמט הניתן לייצוא, וככל הניתן, קל לשימוש כך שהצרכן יוכל להעבירו לגורם אחר ללא עיכוב. עסק יכול לספק מידע אישי לצרכן בכל עת אך לא יהא מחויב לעשות כן יותר מפעמיים בשנה.
- עסק לא יהא מחויב לשמור מידע אישי שנאסף למטרת עסקה חד פעמית ובודדת אם המידע שנאסף במסגרתה לא נמכר או נשמר ע"י העסק וכן לא יהא מחויב לזהות מחדש או לקשר אחרת מידע שאינו מוחזק באופן אשר הופכו למידע אישי.

## הזכות למחיקת מידע

סעיף 1798.105 ל-CCPA.	סעיפים רלוונטיים
-----------------------	------------------

<ul style="list-style-type: none"> <li>יש להיערך למתן מענה לפניות צרכנים למחיקת המידע האישי שנאסף עליהם.</li> <li>יש להיערך למחיקת המידע האישי אלא אם חל על העסק אחד מהחריגים המפורטים להלן.</li> </ul>	נושאים להתייחסות
---	------------------

בדומה ל"זכות להישכח" המוקנית לנושא המידע תחת ה-GDPR, כך גם תחת ה-CCPA לצרכן הזכות לבקש מעסק שאסף עליו מידע אישי, למחוק אותו.<sup>11</sup> עם זאת, כפי שיפורט להלן, הזכות להישכח לפי ה-CCPA צרה יותר מאשר ב-GDPR.

עסק האוסף מידע אישי על צרכנים מחויב לגלות לצרכנים שמוקנית להם הזכות לבקש את מחיקת המידע האישי שמסרו לעסק. קריאה דווקנית של הסעיף מובילה להשערה שהזכות להישכח איננה חלה על מידע שהעסק קיבל מאחרים אודות הצרכן.

עסק אשר קיבל בקשה כאמור ואימת את זהותו של הצרכן, ימחק את המידע האישי של הצרכן ויורה לכל ספק שירות שלו לפעול באותו האופן.<sup>12</sup> להשוואה ראו סעיף 19 ל-GDPR אשר רק דורש להעביר את בקשת המחיקה של נושא מידע לכל מי שקיבל את המידע האישי (ולא רק לספקי שירות) אך לא דורש להורות להם למחוק את המידע. עוד מוקדם לקבוע מהן ההשלכות של דרישה כאמור והאם גם נובעת מהן חובה על עסקים לוודא כי המידע אכן נמחק.

לזכות להישכח בהתאם ל-CCPA יש תשעה חריגים. מקריאה ראשונית שלהם ומבלי שהם פורשו עד כה, אנו מסיקים שיכולת עסק לסרב לבקשה היא רחבה יותר מאשר בהתאם ל-GDPR. כך, עסק, או ספק שירות, לא יידרשו למחוק את המידע האישי של הצרכן בהתאם לבקשתו אם המידע האישי נחוץ להם לשם:

[לחזרה לתוכן העניינים](#)

<sup>11</sup> Cal. Civ. Code § 1798.105.

<sup>12</sup> Cal. Civ. Code § 1798.105(b).

- השלמת העסקה שלשמה נאסף המידע האישי, אספקת מוצר או שירות שהתבקש על ידי הצרכן, או שבאופן סביר מצופה כי יהיה לעסק במסגרת מערכת היחסים המתמשכת עם הצרכן, או לשם קיום הסכם שבין העסק והצרכן. מטרה זו איננה מופיעה ב - GDPR;
- זיהוי תקריות אבטחה, הגנה מפני פעילות זדון, הטעיה, הונאה או פעילות בלתי חוקית, או לשם העמדתם לדין של האחראים לפעילויות אלו. מטרה זו איננה מופיעה ב - GDPR;
- איתור תקלות במערכות המידע של העסק וכן לשם תיקון שגיאות הפוגעות בפונקציונליות. מטרה זו איננה מופיעה ב - GDPR;
- מימוש חופש הביטוי, להבטחת זכותו של צרכן אחר לממש את זכותו לחופש ביטוי, או למימוש זכות אחרת על-פי דין; הגנה על "זכות אחרת" איננה מופיעה ב - GDPR;
- ציות עם צווים מכוח חוק הגנת פרטיות התקשורת האלקטרונית הקליפורני. מטרה זו איננה מופיעה ב - GDPR;
- עריכת מחקרים מדעיים, היסטוריים או סטטיסטיים המקדמים את אינטרס הציבור ומקיימים את כל חוקי האתיקה והפרטיות, אם מחיקת המידע האישי כאמור עלולה לאיין את המחקר, או לפגוע באופן חמור בהצלחתו, ובלבד שהצרכן הסכים מדעת. מטרה דומה קיימת ב - GDPR (נעיר שלא ברור מלשון הסעיף אם ההסכמה מדעת צריכה להיות למטרת השימוש במידע לצורכי מחקר, לאי מחיקת המידע כדי להשתמש בו למטרת מחקר, או לשניהם);
- שימושים פנימיים בלבד, אשר באופן סביר, עולים בקנה אחד עם ציפיות הצרכן בהתבסס על יחסיו עם העסק. חריג זה הוא לכאורה רחב מאד ופתוח לשיקול דעת ופרשנות. הוא בוודאי רחב יותר מיכולת העסק להתנגד לבקשה כשהמידע נחוץ להליכים משפטיים, בהתאם ל -<sup>13</sup>GDPR;
- קיום תנאי אחריות בכתב או השבת מוצר (Recall), בהתאם לחוק פדרלי.<sup>14</sup>
- ציות עם חובה משפטית; קיימת מטרה מקבילה ב - GDPR;
- שימוש פנימי חוקי אחר במידע האישי, התואם את ההקשר בו סיפק הצרכן את המידע.<sup>15</sup> גם חריג זה הוא לכאורה רחב והוא פתוח לשיקול דעת ופרשנות. חריג דומה איננו קיים ב - GDPR.

[לחזרה לתוכן העניינים](#)

<sup>13</sup> סעיף 17(3)(e) ל - GDPR.

<sup>14</sup> חריג זה נוסף לחוק בתיקון AB 1146.

<sup>15</sup> Cal. Civ. Code § 1798.105(d).

## זכות להפסיק את מכירת המידע האישי של הצרכן

סעיפים 1798.120 ו-1798.135 ל-CCPA.	סעיפים רלוונטיים
------------------------------------	------------------

<p>יש להיערך לעדכון מסמכי מדיניות הפרטיות של העסק בדבר זכות הצרכן לדרוש את הפסקת מכירת המידע לגביו, לרבות הוספת קישור לדף אינטרנט שכותרתו "אל תמכרו את המידע האישי שלי".</p> <p>יש להיערך להציב קישור ברור ובולט "אל תמכרו את המידע האישי שלי" בדף הבית של העסק אשר יפנה לדף אינטרנט המאפשר לצרכן או למורשה מטעמו, לעשות Opt Out באמור.</p> <p>יש ליישם נהלים ודרכי עבודה לקביעת גיל הצרכן וקבלת הסכמה הורית פוזיטיבית (Opt In) למכירת מידע אישי של קטינים מתחת לגיל 13 ולוודא כי מתקבלת הסכמה פוזיטיבית (Opt In) מקטינים בני 13-16 למכירת המידע האישי שלהם.</p> <p>יש להיערך למענה לבקשות למימוש זכות זאת באמצעות שתי רשימות נפרדות המסודרות לפי קטגוריות המידע האישי.</p> <p>יש להימנע מלפנות לצרכנים בבקשה לקבל את הסכמתם למכירת המידע שלהם במשך 12 חודשים לאחר שמימשו את זכותם.</p>	נושאים להתייחסות
---	------------------

לצרכן הזכות, בכל עת, להורות לעסק שמוכר את המידע האישי של הצרכן לצדדים שלישיים, שלא למכור את המידע. החוק מתייחס לזכות זו כזכות ל- Opt Out.<sup>16</sup>

[לחזרה לתוכן העניינים](#)

<sup>16</sup> Cal. Civ. Code § 1798.120.

הצרכן יכול להתיר לאדם אחר לממש בשמו זכות זאת והעסק ימלא אחר בקשה שהתקבלה מאדם מורשה כאמור בהתאם לתקנות שיקבע התובע הכללי.<sup>17</sup>

## החובות הנגזרות מזכות זו

➤ עסק המוכר מידע אישי לצדדים שלישיים יודיע לצרכנים כי המידע שלהם עשוי להימכר וכי יש להם את הזכות לעשות Opt Out ממכירה כאמור.

➤ עסק לא ימכור את המידע האישי של צרכנים אם הוא יודע באופן ממשי שהצרכן הינו מתחת לגיל 16, אלא אם הצרכן בעצמו, או ההורה או האפוטרופוס של הצרכן במקרה של צרכן מתחת לגיל 13, אישר באופן פוזיטיבי את מכירת המידע. עסק אשר התעלם ביוזעין מגילו של הצרכן יחשב כעסק שהייתה לו ידיעה בפועל על גילו של הצרכן. זוהי למעשה הזכות לעשות Opt In.

➤ עסק אשר צרכן הורה לו שלא למכור את המידע האישי, או במקרה של קטין – לא קיבל הסכמה למכור את המידע האישי, ימנע מלמכור את המידע לאחר שקיבל את הוראת הצרכן כאמור, אלא אם הצרכן סיפק לעסק, מיד לאחר מכן, אישור מפורש למכור את המידע האישי שלו.

➤ עסק הנדרש לקיים את האמור לעיל, יקיים גם את ההוראות הבאות:

(1) יפרסם באופן בולט וברור, בעמוד הבית של אתר האינטרנט ו/או של האפליקציה, קישור שכותרתו "אל תמכרו את המידע האישי שלי" ("Do Not Sell My Personal Information") המאפשר לצרכן או למורשה מטעמו לדרוש את הפסקת מכירת המידע האישי ולממש את זכות ה- Opt Out שלו. אסור לעסק לדרוש מהצרכן ליצור חשבון בעסק בכדי לממש זכות זאת.<sup>18</sup>

(2) יכלול תיאור של זכות הצרכן ל- Opt Out בצירוף קישור נפרד לדף האינטרנט "אל תמכרו את המידע האישי שלי" במדיניות הפרטיות של העסק ככל שיש לו כזו ובכל מסמך אחר המתאר את זכויות הפרטיות של צרכנים בקליפורניה.<sup>19</sup>

(3) יבטיח כי כל האנשים האחראים על טיפול בפניות צרכנים בקשר עם נהלי הפרטיות של העסק והציות לחוק זה מודעים לדרישות החוק בקשר עם זכות ה- Opt Out וכיצד יש להנחות צרכנים לממש זכות זאת.<sup>20</sup>

### [לחזרה לתוכן העניינים](#)

<sup>17</sup> טיוטה מוצעת של התקנות פורסמה על ידי התובע הכללי של מדינת קליפורניה ביום 11 באוקטובר 2019. נוסח סופי צפוי רק באביב 2020.

<sup>18</sup> Cal. Civ. Code § 1798.135(a)(1).

<sup>19</sup> Cal. Civ. Code § 1798.135(a)(2).

<sup>20</sup> Cal. Civ. Code § 1798.135(a)(3).

4) להימנע מלמכור מידע אישי של צרכן אשר מימש את זכותו והורה לעסק להפסיק למכור את המידע האישי שלו שנאסף ע"י העסק.

5) לכבד את בקשתו של הצרכן שלא למכור את המידע האישי שלו למשך תקופה של לפחות 12 חודשים בטרם יבקש שוב את אישורו של אותו צרכן למכור את המידע האישי שלו (מדובר בבקשה מהצרכן לעשות Opt In).<sup>21</sup>

6) להשתמש במידע אשר נאסף מהצרכן במסגרת בקשתו למימוש זכותו ל-Opt Out רק למטרה שלשמה נמסר.

עסק לא יהא מחויב לעמוד בדרישות האמורות לכלול בדף הבית של אתר האינטרנט או של האפליקציה שלו קישור לדף "אל תמכרו את המידע האישי שלי" ופרטים אודות זכות ה-Opt Out של הצרכן, אם יש לעסק אתר אינטרנט או אפליקציה נפרדים המיועדים לתושבי קליפורניה וכולל את הקישורים והפרטים הנדרשים והעסק נהג באופן סביר כדי להבטיח שתושבי קליפורניה יופנו לדף האינטרנט הרלוונטי להם ולא לזה המיועד לציבור הכללי.<sup>22</sup> מידע על רכב או מידע על בעלות הנשמר או משותף בין סוכנות לממכר רכב חדש ובין יצרן הרכב, פטור מהזכות ל-Opt Out, אם המידע משותף למטרת או ביחס לתיקון הרכב תחת אחריות הרכב או במסגרת Recall..

במקביל לכניסתו של החוק לתוקף, תיכנס לתוקפה הוראה חדשה נוספת בקודקס האזרחי של מדינת קליפורניה בקשר עם רישום סוחרים במידע (Data brokers).<sup>23</sup>

סוחר מידע הוא עסק אשר במודע אוסף או מוכר<sup>24</sup> לצדדים שלישיים מידע אישי של צרכנים אשר אין לו עמם קשר ישיר.

סוחר המידע יידרש להירשם מדי שנה (עד ליום 31 בינואר) אצל התובע הכללי, ולמסור את המידע הבא:

☐ שם סוחר המידע, כתובתו הפיזית, כתובת דוא"ל וכתובת אתר האינטרנט העיקריים שלו.

☐ כל מידע או הסבר נוסף אשר בוחר סוחר המידע לספק בנוגע לשיטות איסוף המידע שלו.

המידע האמור יפורסם באתר התובע הכללי ויהיה נגיש לציבור, כך שהצרכנים יידעו לאילו עסקים עליהם לפנות כדי לממש את זכותם ל-Opt Out.

#### [לחזרה לתוכן העניינים](#)

<sup>21</sup> Cal. Civ. Code § 1798.135(a)(5).

<sup>22</sup> Cal. Civ. Code § 1798.135(b).

<sup>23</sup> ראו AB 1202.

<sup>24</sup> לאור ההגדרה הרחבה של מכירה (ראו בעמ' 9 לעיל), חברות רבות אשר, באופן רגיל, לא ראו את עצמן כסוחרות במידע אישי, תהיינה כפופות לחובת הרישום.

## הזכות לאי אפליה במימוש זכויות לפי החוק

סעיף 1798.125 ל-CCPA.	סעיפים רלוונטיים
-----------------------	------------------

<p>יש להכיר היטב את האיסורים המוטלים על עסקים לפי החוק בקשר לאיסור להפלות צרכנים שמימשו זכויות לפי החוק.</p> <p>יש לבחון מתן תמריצים כספיים, או הקמת תכנית תמריצים כספיים לצרכנים עבור המידע האישי עליהם כפי שהחוק מתיר, ולוודא שתכנית זו עומדת בדרישות החוק.</p>	נושאים להתייחסות
---	------------------

זכות זו מטילה איסור על עסקים להפלות צרכנים שמימשו זכות מהזכויות המוקנות להם לפי החוק<sup>25</sup>, לרבות באמצעות:

- שלילת טובין או שירותים מהצרכן;
- גביית מחירים או תעריפים שונים עבור טובין או שירותים, לרבות באמצעות שימוש בהנחות או הטבות אחרות או ע"י הטלת קנסות;
- אספקת טובין או שירותים ברמה או באיכות שונה;
- הצעה או רמיזה כי הצרכן יחויב במחיר או בתעריף שונה עבור הטובין או השירותים, או יקבלם ברמה או באיכות שונה.<sup>26</sup>

עם זאת, אין איסור על עסק לגבות מהצרכן מחיר או תעריף שונה, או לספק לו טובין או שירותים ברמה או באיכות שונה, אם שוני זה קשור באופן סביר לערך הניתן לצרכן באמצעות המידע האישי שלו.<sup>27</sup> החוק לא מבהיר מהו ערך הניתן לצרכן על בסיס המידע האישי שלו והתקנות, אשר בסמכות התובע הכללי של מדינת קליפורניה להתקין, יבהירו כיצד יש לקבוע את הערך הניתן למידע האישי של הצרכן.<sup>28</sup>

[לחזרה לתוכן העניינים](#)

<sup>25</sup> Cal. Civ. Code § 1798.125.

<sup>26</sup> Cal. Civ. Code § 1798.125(a)(1).

<sup>27</sup> Cal. Civ. Code § 1798.125(a)(2).

<sup>28</sup> ראו הי"ש 21.



## תמריצים

החוק מאפשר לעסקים להציע לצרכנים תמריצים כספיים, לרבות תשלום תמורה עבור איסוף המידע האישי עליהם, מכירתו או מחיקתו. עסק אף יכול להציע מחיר או תעריף שונה, ואף לספק לצרכן טובין או שירותים ברמה או באיכות שונה אם השוני כאמור קשור באופן ישיר לערך הניתן לצרכן באמצעות המידע האישי שלו וכל זאת בכפוף למתן הודעה מתאימה לצרכים בעניין תמריצים אלו.<sup>29</sup>

החוק מתיר לעסקים להציע לצרכן להשתתף בתכנית תמריצים כספיים, ובלבד שהצרכן נתן את הסכמתו הפוזיטיבית לתכנית (Opt In), קיבל מידע ברור על הפרטים המהותיים בתוכנית ויכול בכל עת לבטל את הסכמתו כאמור.<sup>30</sup> החוק קובע איסור על מתן תמריצים לא הוגנים, לא סבירים, שיש בהם מרכיב של כפייה, או מופרזים מטבעם.<sup>31</sup>

[לחזרה לתוכן העניינים](#)

## אמצעים למימוש זכויות הצרכנים

סעיפים 1798.130 ו-1798.145 ל-CCPA.	סעיפים רלוונטיים
------------------------------------	------------------

בכדי להבטיח את מימוש זכויות הצרכנים לפי החוק, על העסק לנהוג בשקיפות ולקיים את ההוראות הבאות:

- לספק לצרכנים לפחות שתי דרכים להגשת בקשות למימוש זכות הגישה הכוללות, לכל הפחות, אספקת מספר חיוג חינם<sup>32</sup>, ואם לעסק יש אתר אינטרנט – גם כתובת אינטרנטית לפניה כאמור.
- לגלות ולהעביר לצרכן את המידע המבוקש על ידו, ללא תשלום, בתוך 45 ימים ממועד קבלת בקשתו. העסק יפעל, ללא דיחוי במהלך תקופה זו, כדי לאמת את זהות הצרכן. ניתן להאריך את התקופה לאספקת המידע המבוקש ע"י הצרכן פעם אחת בלבד ב-45 ימים נוספים ובלבד שהעסק הודיע לצרכן על הארכה במהלך התקופה הראשונה בצירוף הסברים לדחייה בתשובה. הגילוי במענה לבקשה יתייחס ל-12 החודשים שקדמו לקבלת הבקשה, יעשה בכתב ויימסר לצרכן באמצעות חשבון המשתמש שלו בעסק, ככל שיש לו כזה, או באמצעות דואר או אמצעי אלקטרוני אם אין לצרכן חשבון משתמש בעסק, ובפורמט קל לשימוש המאפשר לצרכן להעביר את המידע לאחר ללא עיכוב. אסור לעסק לדרוש מהצרכן לפתוח

<sup>29</sup> Cal. Civ. Code § 1798.125(b)(1).

<sup>30</sup> Cal. Civ. Code § 1798.125(b)(2)-(3).

<sup>31</sup> Cal. Civ. Code § 1798.125(b)(4).

<sup>32</sup> בתיקון AB 1564 לחוק נקבע כי עסק הפועל באופן מקוון בלבד ומקיים קשר ישיר עם הצרכן ממנו הוא אוסף מידע אישי יידרש למסור כתובת דוא"ל בלבד לצורך הגשת בקשות למימוש זכות הגישה.

חשבון משתמש בעסק לצורך הגשת בקשה למימוש זכויותיו על פי החוק, אך אם הצרכן כבר מחזיק חשבון כאמור, העסק רשאי לדרוש מהצרכן כי הבקשה תוגש באמצעותו.<sup>33</sup>

➤ אם העסק החליט שלא לפעול בהתאם לבקשת הצרכן, הוא יודיע על כך לצרכן ללא דיחוי (ולא יאוחר מהתקופה המותרת בסעיף הקודם) בצירוף הסברים להחלטתו וכן יודיע לצרכן על זכויות הערעור שלו לעסק, ככל שישנן.

➤ אם בקשות הצרכן אינן מבוססות או מוגזמות, בייחוד בשל אופיין החוזר, רשאי העסק לגבות שכר סביר הלוקח בחשבון את הוצאות העסק הכרוכות במענה על הבקשה, או לסרב לנקוט בפעולה המתבקשת ולהודיע על כך לצרכן. הנטל להוכיח כי בקשות הצרכן אינן מבוססות או מוגזמות יהא על העסק.

➤ במסגרת אימות זהותו של הצרכן, העסק יקשר את המידע שנמסר לו ע"י הצרכן במסגרת הבקשה למימוש זכות הגישה לכל מידע אישי על הצרכן שנאסף קודם לכן ע"י העסק; העסק יעשה שימוש במידע האישי של הצרכן אשר נאסף ממנו במסגרת אימות זהותו רק לצורך מטרת הזיהוי ולא לכל מטרה אחרת.

➤ במסגרת המענה לבקשה כאמור, העסק יזהה את המידע האישי שאסף או מכר או העביר לצורך מטרה עסקית וכן את הקטגוריות של הצדדים השלישיים אשר להם המידע נמכר או הועבר במהלך 12 החודשים שקדמו לבקשה באמצעות שימוש בקטגוריות המנויות בהגדרת 'מידע אישי' ואשר מתארות באופן הטוב ביותר את המידע האישי; העסק יבחין בין מידע שנמכר לצדדים שלישיים לבין מידע שהועבר לצורך מטרה עסקית ויספק את הנתונים בשתי רשימות נפרדות; אם העסק כלל לא מכר או לא העביר מידע אישי במהלך 12 החודשים האחרונים, עליו לציין זאת.

➤ לכלול, במדיניות הפרטיות המפורסמת באתר האינטרנט של העסק או במסמך אחר המסדיר את זכויות הפרטיות של צרכנים בקליפורניה או במקום אחר באתר האינטרנט של העסק אם אין לעסק מסמכים כאמור, את הפרטים הבאים:

(1) תיאור של זכויות הצרכנים לפי חוק זה ולפחות אמצעי אחד להגשת בקשות למימוש הזכויות;

(2) בקשר עם זכות הגישה – רשימה של קטגוריות המידע האישי שהעסק אסף על צרכנים במהלך 12 החודשים האחרונים באמצעות שימוש בקטגוריות המנויות בהגדרת 'מידע אישי' ואשר מתארות באופן הטוב ביותר את המידע האישי שנאסף;

(3) לוודא כי כל האנשים האחראים על טיפול בפניות צרכנים בעניין נהלי הפרטיות של העסק או הציות של העסק עם חוק זה מודעים לדרישות הקיימות מהעסק לפי חוק זה ויודעים כיצד יש להנחות צרכנים לממש את זכויותיהם עפ"י החוק.

עסק אשר מגלה מידע אישי לספק שירות לא יהא אחראי לפי החוק אם ספק השירות משתמש במידע שקיבל מהעסק ואשר חורג מהמגבלות הקבועות בחוק זה, ובלבד שבעת גילוי המידע, לעסק לא הייתה ידיעה ממשית או סיבה להאמין, כי ספק השירות מתכוון

<sup>33</sup> תיקון AB 25 לחוק הבהיר כי האימות הנדרש מהצרכן צריך להיות סביר לאור המידע האישי המבוקש.

לעשות שימוש באמור; ספק השירות אף הוא לא יהא אחראי לפי חוק זה לחובות העסק אשר לו הוא נותן שירות.

[לחזרה לתוכן העניינים](#)

## אכיפה אזרחית פרטית במקרה של תקרית אבטחת מידע

סעיף 1798.150 ל-CCPA.	סעיפים רלוונטיים
-----------------------	------------------

ה-CCPA, מאפשר לצרכנים להגיש תביעות אזרחיות כנגד עסקים, רק בעקבות תקרית אבטחת מידע המוגדרת כתקרית שבה נעשה שימוש בלתי מורשה, או נחשף מידע אישי על צרכן, שאינו מוצפן, או שלא הוסרו ממנו פרטים מזיהים של הצרכן, והתקרית ארעה כתוצאה מכשלוננו של העסק את חובתו להטמיע וליישם נהלי ואמצעי אבטחה סבירים התואמים את רגישות המידע לצורך שמירתו. החוק לא מספק פרטים לגבי רמת האבטחה הנדרשת.

**שינוי בהגדרת 'מידע אישי'** - הגדרת מידע אישי לצורך אחריות עסקים לתקריות אבטחת מידע כאמור, מצומצמת מהגדרת מידע אישי בהקשרים אחרים של החוק ושאוהב מפרק אחר בקודקס האזרחי של מדינת קליפורניה שעניינו אבטחת מידע<sup>34</sup>. מידע אישי מוגדר בהקשר זה כשם הפרטי של אדם, או האות הראשונה בשמו הפרטי ושם משפחתו, בשילוב עם אחד או יותר מהפרטים מהבאים, כאשר השם או פרט מהרשימה שלהלן אינו מוצפן ואינו מושחר:

- מספר ביטוח לאומי;
- מספר רישיון נהיגה או מספר תעודת זהות של מדינת קליפורניה;
- מספר חשבון בנק או מספר כרטיס אשראי או כרטיס חיוב אחר בשילוב עם כל קוד אבטחה, גישה או סיסמה המאפשרים גישה למידע הפיננסי של אותו צרכן;
- מידע רפואי על הצרכן;<sup>35</sup>

[לחזרה לתוכן העניינים](#)

<sup>34</sup> Cal. Civ. Code § 1798.150(a)(1).

<sup>35</sup> Cal. Civ. Code § 1798.81.5(d)(1)(A).

במקרה של תקרית אבטחת מידע כאמור, הצרכן רשאי לתבוע כל אחד מאלה:

➤ פיצויים סטטוטוריים עבור נזקים שנגרמו לצרכן, אשר אינם פחותים מ-100 דולר ואינם עולים על 750 דולר לכל צרכן הנפגע בכל תקרית, או פיצויים בגין הנזקים שנגרמו בפועל, לפי הגבוה מביניהם; כך למשל עסק עלול להיות חייב בתשלום פיצויים בסך 750,000 דולר בגין תקרית אחת אשר בה נחשפו הפרטים האישיים של אלף צרכנים או יותר אם סך הנזקים שנגרמו לצרכנים בפועל גבוה מ-750,000 דולר.<sup>36</sup>

בהתאם לפסיקה של בית המשפט העליון בקליפורניה משנת 1973 בעניין People v. Superior Court of Los Angeles 37 כמות הפרות היא כמספר האנשים שזכותם הופרה. להבדיל, מספר הפרות כלפי אדם אחד תיחשבנה כהפרה אחת.

בקביעת גובה הפיצויים בית המשפט ייתן משקל לנסיבות העניין כפי שיוצגו ע"י הצדדים, לרבות טבעה וחומריתה של ההתנהגות המפרה, התמשכותה, מספר הפרות, האם ההתנהגות הייתה מכוונת או לא וכן נכסיו, התחייבויותיו ושוויו של העסק הנתבע.<sup>38</sup>

תביעה לפיצויים סטטוטוריים, אישית או ייצוגית, ניתן להגיש רק אם הצרכן נתן לעסק הודעה בכתב 30 ימים לפני הגשתה ובה ציין באופן מפורש אילו סעיפים של חוק זה העסק מפר או הפר בעבר.

אם במהלך תקופת ההודעה מראש וככל שהדבר אפשרי, העסק מרפא את ההפרה ומצהיר מפורשות בכתב על כך ומתחייב כי לא תהיינה הפרות נוספות – לא ניתן להגיש נגדו תביעה, אישית או ייצוגית.

אם העסק ממשיך להפר את החוק גם לאחר מתן הצהרה כאמור, הצרכן רשאי להגיש תביעה לאכיפת ההצהרה ולקבלת פיצוי סטטוטורי בגין כל הפרה של ההצהרה וכן בגין כל הפרה אחרת של החוק הקודמת למועד ההצהרה.

אין צורך לתת הודעה מראש כאמור במקרה של תביעה אישית שהסעד המבוקש בה הוא פיצוי כספי בלבד בגין נזק ממשי שנגרם עקב הפרה לכאורה של החוק.<sup>39</sup>

[לחזרה לתוכן העניינים](#)

➤ צו מניעה או סעד הצהרתי.

➤ כל סעד אחר שימצא לנכון בית המשפט להעניק.<sup>40</sup>

[לחזרה לתוכן העניינים](#)

<sup>37</sup> 9 Cal.3d 283 (1973)

<sup>38</sup> Cal. Civ. Code § 1798.150(a)(2).

<sup>39</sup> Cal. Civ. Code § 1798.150(b).

<sup>40</sup> Cal. Civ. Code § 1798.150.

## אכיפה באמצעות משרד התובע הכללי בקליפורניה

סעיף 1798.155 ל-CCPA.	סעיפים רלוונטיים
-----------------------	------------------

<ul style="list-style-type: none"> <li>יש להיערך להטמעת אמצעי אבטחה הולמים למידע האישי הנאסף על צרכנים תושבי קליפורניה, על-מנת למנוע דליפת מידע.</li> <li>יש להיערך למתן מענה למכתבי התראה מצד צרכנים אם הדבר מתחייב לפי החוק, ולהיערך לתיקון הפרות לכאורה על-מנת למנוע תביעות מצד צרכנים לפי פרק זה.</li> </ul>	המלצה לפעולה
--	--------------

כפי שתואר לעיל, קיימת אפשרות אכיפה אזרחית, פרטנית או ייצוגית כלפי עסקים, בק בעקבות תקרית אבטחת מידע<sup>41</sup>. מעבר לאמצעי אכיפה אזרחי זה, קיים מנגנון אכיפה אזרחי נוסף, באמצעות משרד התובע הכללי של מדינת קליפורניה.

עסק אשר קיבל הודעה בגין הפרה לכאורה של החוק ולא ריפא את ההפרה בתוך 30 ימים ממתן ההודעה, הינו עסק מפר. כל עסק, ספק שירות או אדם אחר המפר את החוק, יהיו חשופים לקנס אזרחי בסך 2,500 דולר בגין כל הפרת חוק או 7,500 דולר בגין כל הפרה מכוונת של החוק.<sup>42</sup>

### [לחזרה לתוכן העניינים](#)

אמצעי אכיפה אזרחי זה, מצטרף לסמכויות הרבות המוקנות למשרד התובע הכללי, בין היתר הסמכות להתקין תקנות עד ליום 1 ביולי 2020 לקידום מטרות החוק, בתחומים שונים כגון: עדכון קטגוריות נוספות של מידע אישי, קביעת חריגים ככלל הנדרש כדי לעמוד בחוקים מדינתיים או פדרליים, קביעת חוקים ונהלים להגשת הבקשה למימוש זכות ה-Opt Out, עדכון הגדרות רלוונטיות, קביעת חוקים ונהלים לעניין הגילוי שעסק צריך לתת לצרכנים לרבות קביעת הנחיות בקשר עם תכניות תמריצים ועוד.

### [לחזרה לתוכן העניינים](#)

<sup>41</sup> כך מובהר במפורש בחוק. הזכות לתביעה בגין הפרות אחרות של החוק שמורה אך ורק לתובע הכללי.  
<sup>42</sup> Cal. Civ. Code § 1798.155(a)-(b).

## סיכום

אנו ממליצים לחברות ישראליות אשר החוק חל עליהן לבצע בדיקת ניתוח הפערים בין המצב הקיים לבין החובות החלות על החברה מכוח ה-CCPA ובהתאמה לגבש תוכנית עבודה עם לוחות זמנים ליישום ותעדוף המשימות בהתאם למידת הדחיפות והחשיבות של המשימה. על הפרק:

➤ עדכון מסמכי מדיניות הפרטיות של החברה כדלקמן<sup>43</sup>:

- 1) הוספת תיאור של זכויות הצרכנים לפי החוק והאמצעים להגשת בקשות למימוש;
  - 2) הוספת רשימה של קטגוריות המידע האישי שהעסק אסף על צרכנים במהלך 12 החודשים האחרונים וכן הקטגוריות של מקורות המידע האישי הנאסף;
  - 3) הוספת המטרות המסחריות או העסקיות שלשמן נאסף או נמכר המידע האישי וכן קטגוריות הצדדים השלישיים שעמם שותף המידע האישי;
  - 4) הוספת קישור לדף אינטרנט "אל תמכרו את המידע האישי שלי";
- עריכת הודעת איסוף מידע אישי והצגתה לצרכן בעת או בטרם איסוף המידע האישי שלו;
  - מיסוד תהליך טיפול בפניות צרכנים ובבקשות למימוש זכויות;
  - עריכת הסכמים עם צדדים שלישיים להם מועבר המידע האישי;
  - כמו כן מומלץ לחברות המנהלות סיכונים כחלק מהממשל התאגידי לשלב את הסיכונים הנובעים מה-CCPA, למכלול הסיכונים שהתאגיד צריך להתמודד איתו ובמידת הצורך, לעדכן את הכיסוי הביטוחי של החברה.

<sup>43</sup> האמור מתייחס לעדכון מסמך מדיניות פרטיות התואם את הוראות ה-GDPR בדבר שקיפות כך שמדיניות הפרטיות של החברה תעמוד גם בדרישות ה-CCPA. ככל שעל החברה חל רק ה-CCPA, מדיניות הפרטיות צריכה להחיל גם את כל הפרטים אליהם התייחסנו במדריך זה.



[www.or-hof.com](http://www.or-hof.com)

[לחזרה לתוכן העניינים](#)