



Kary organów nadzorczych w Unii Europejskiej



FORSAFE
BEZPIECZEŃSTWO PONAD WSZYSTKO



Kraj oraz organ nadzorczy

Włochy

Italian Data Protection Authority (Garante)



Data wydania decyzji

11.12.2019 r.



Podmiot kontrolowany

Eni Gas e Luce

Wysokość kary



8 500 000 EUR



Rodzaj naruszenia

Naruszenie Art. 5 RODO, Art. 6 RODO, Art. 17 RODO, Art. 21 RODO. Niewystarczająca podstawa prawna do przetwarzania danych.



Przedmiot decyzji

Włoski Urząd Ochrony Danych otrzymał liczne skargi i zgłoszenia na Eni Gas e Luce S.p.A., które odnosiły się do niezgodnego z prawem przetwarzania danych osobowych w celach telemarketingowych, polegających m.in. na realizacji rozmów promocyjnych bez zgody osoby, z którą się kontaktowano, lub pomimo jej odmowy odbierania rozmów promocyjnych oraz na prowadzeniu rozmów promocyjnych z osobami zarejestrowanymi w publicznym rejestrze sprzeciwów.

W toku czynności kontrolnych ujawniono dodatkowo kilka naruszeń prawa o ochronie danych, w tym:

- brak wdrożenia środków technicznych i organizacyjnych w celu uwzględnienia dostarczonych przez użytkowników informacji dotyczących zgody lub jej braku na wykorzystanie danych osobowych tych osób;
- przechowywanie danych osobowych zawartych w umowach przez okres dłuższy niż jest to związane z realizacją celów, w których były przetwarzane;
- przetwarzanie danych o potencjalnych klientach, które zostały zebrane od podmiotów, nieposiadających zgody na udostępnienie takich danych do podmiotów trzecich.



Kompas FORSAFE

JAK ZAPOBIEGAĆ TAKIM NARUSZENIOM?

- Weryfikuj bazy marketingowe w zakresie posiadania udokumentowanej zgody na działania marketingowe oraz realizuj działania marketingowe wyłącznie wobec osób, które wyraziły na to zgodę.
- Wprowadź procedury określające zasady pracy na danych osobowych przez podmioty zewnętrzne działające w imieniu Spółki.
- Zapewnij kontrolę nad działaniami marketingowymi realizowanymi przez podmioty zewnętrzne w imieniu Spółki.
- Wdróż procedury zarządzania listami rezygnacji z otrzymywania kampanii marketingowych (tzw. „czarna lista”) oraz ich cyklicznie je weryfikuj.
- Wymieniaj informacje z podmiotami realizującymi działania marketingowe w zakresie list rezygnacji z otrzymywania kampanii marketingowych (tzw. „czarna lista”).
- Wprowadź procedury retencji danych oraz regularnie weryfikuj czas przetwarzania danych osobowych.
- Kupuj bazy danych osobowych jedynie od rzetelnego dostawcy, który zagwarantuje legalność pozyskania zgód na działania marketingowe, a także możliwość dalszej sprzedaży ich podmiotom trzecim.

