

GEGEVENSBESCHERMING EN DIRECT MARKETING

DRIE VRAGEN WAAROP U BEST HET ANTWOORD KENT!

Bij LeA Uitgevers is in maart 2024 het 'Handboek Gegevensbescherming in de diepte & in de praktijk' verschenen. Auteurs zijn mr. Anouk Focquet, mr. Julie Mannekens en mr. Sofie Deprez, editor is mr. Anouk Focquet. Zij zijn advocaat aan de balie van Brussel en alle drie zijn ze deel van het Data Protection team van het advocatenkantoor Faros.



Elke onderneming gebruikt ('verwerkt') persoonsgegevens.

Het gegevensbeschermingsrecht en de bijbehorende verplichtingen hebben dan ook een impact op de dagelijkse praktijk van alle ondernemingen. Het boek analyseert praktijkgericht deelaspecten van het gegevens-

beschermingsrecht, van toepassing op private entiteiten. De Algemene Verordening Gegevensbescherming (GDPR) vormt hierbij het uitgangspunt. Dit boek is de herziene editie van Gegevensbeschermingsrecht uit 2022 en bevat de ontwikkelingen tot en met 30 september 2023. De auteurs delen het analysekader en hun praktische oplossingen voor de concrete vraagstukken van de lezer. Na een kennismaking met de basisbegrippen, besteden de auteurs aandacht aan (de praktische implicaties van) het principe van doelbinding en de verschillende rechtsgronden voor de verwerking van persoonsgegevens. In de volgende hoofdstukken analyseren de auteurs de rol van de verschillende actoren (rechten van de betrokkenen, samenwerking tussen verschillende ondernemingen, rol van de data protection officer ...) evenals de verplichtingen die de Algemene Verordening Gegevensbescherming met zich meebrengt inzake de internationale doorgifte van persoonsgegevens, de beveiliging en melding van datalekken en het register van verwerkingsactiviteiten. Vervolgens maken de auteurs de overstap naar de publieke handhaving en de taken en bevoegdheden van de Gegevensbeschermingsautoriteit en het Europees Comité voor Gegevensbescherming (EDPB).



'Handboek Gegevensbescherming in de diepte & in de praktijk' - maart 2024, LeA Uitgevers
ISBN 978-94-646-6225-2, www.lea-uitgevers.be/shop

In het laatste hoofdstuk van het boek beantwoorden de auteurs een aantal veelvoorkomende vragen, waarvan er drie inzake directe marketing in dit artikel deels aan bod komen.

VRAAG 1

Kan men zonder toestemming elektronische direct marketing versturen aan (voormalige) klanten?

Wanneer een onderneming de elektronische contactgegevens van een betrokkene verkrijgt in het kader van de verkoop van een product of een dienst kunnen deze contactgegevens worden gebruikt voor het versturen van direct marketing **over gelijkaardige producten of diensten van de onderneming**. Maar het moet gaan om producten en diensten die tot dezelfde categorie behoren (bijvoorbeeld een brandverzekering en een levensverzekering) en door de onderneming zelf worden geleverd. De contactgegevens mogen dus **niet zonder voorafgaande toestemming worden doorgegeven aan derden** (met inbegrip van verbonden vennootschappen) voor elektronische direct marketingdoeleinden.

Belangrijk is ook dat de betrokkene zich op het moment van het opgeven van zijn contactgegevens moet kunnen verzetten (bijvoorbeeld via een aan te kruisen vak) en zich ook nadien op elk ogenblik moet kunnen **uitschrijven**.

Wat **voormalige klanten** betreft: in een sepotbeslissing van 26 juli 2022 oordeelde de GBA dat bij direct marketing aan voormalige klanten van de verwerkingsverantwoordelijke die hun abonnement twee jaar eerder hadden opgezegd, deze termijn “nog niet zo erg lang geleden” was en dus nog binnen de **redelijke verwachtingen** van de betrokkenen viel. Bijgevolg was geen toestemming vereist. De GBA zag er verder geen probleem in dat de direct marketing betrekking had op de lancering en aanbidding van een nieuw digitaal merk dat onder het beheer viel van de verwerkingsverantwoordelijke, ook al had de klager nooit gebruikgemaakt van dit nieuwe telecommerk.



HET IS AANGeweZEN OM HET
ONTVANGEN VAN EEN
KORTINGSBON ALS EEN
LOUTERE AANMOEDIGING
VOOR TE STELLEN VOOR HET
INSCHRIJVEN OP DE
NIEUWSBRIEF, EERDER DAN
ALS EEN VOORWAARDE

VRAAG 2

Mag een kortingsbon toegekend worden voor de inschrijving op een nieuwsbrief?

De inschrijving op een nieuwsbrief kan pas als een geldige toestemming worden beschouwd wanneer de betrokkene de **vrije keuze** heeft om zich al dan niet in te schrijven. De inschrijving mag wel bevorderd worden zolang het nadelige effect van een weigering beperkt blijft. Om het nadelige effect voor betrokkenen die hun toestemming weigeren te beperken, is het dus aanbevolen om het bedrag van de **korting beperkt te houden**. Een onderneming moet steeds in concreto beoordelen of het verlies van een voordeel (i.e. korting) bij weigering van toestemming kan leiden tot een toestemming die niet vrij gegeven is.

Het is aangewezen om het ontvangen van een kortingsbon als een **loutere aanmoediging** voor te stellen voor het inschrijven op de nieuwsbrief ("schrijf je in en ontvang korting") eerder dan de inschrijving voor te stellen als een voorwaarde om de kortingsbon te kunnen ontvangen ("om te kunnen genieten van deze korting, moet je je inschrijven"). Belangrijk is ook dat de betrokkenen hun toestemming ook terug kunnen **intrekken zonder nadelig effect**: dat betekent dat zij meteen na de inschrijving de mogelijkheid hebben om zich terug uit te schrijven zonder dat dit als effect heeft dat zij de kortingsbon niet langer ontvangen of kunnen gebruiken.

Wat verder niet toegelaten is, is het aanbieden van een korting aan betrokkenen in ruil voor het opgeven van e-mailadressen van vrienden die worden ingeschreven op de nieuwsbrief (zogeheten refer-a-friend of virale marketingacties).

VRAAG 3

Mag na een overname de klantendatabase gebruikt worden voor direct marketing?

Voor ondernemingen die actief zijn in het verhandelen van persoonsgegevens vereist de GBA de voorafgaande toestemming van de betrokkenen vooraleer dergelijke ondernemingen hun persoonsgegevens mogen verkopen aan derde partijen. Wellicht geldt deze vereiste niet in geval van een fusie, splitsing of overname waarbij dergelijke persoonsgegevens **als asset worden overgedragen** aan de overnemende onderneming. Dit zou dergelijke operaties immers bijzonder moeilijk maken. De GBA vereist overigens niet dat de overnemende onderneming de rechtsgrond voor de verwerking meedeelt, hetgeen doet vermoeden dat er mag worden voortgebouwd op de rechtsgrond van de overdragende onderneming.

Dit veronderstelt wel dat de persoonsgegevens worden aangewend voor

hetzelfde doeleinde (i.e. de betrokkenen aanschrijven over de producten of diensten van de overdragende onderneming). Het aanschrijven van de betrokkenen over de producten of diensten van de overnemende onderneming is mogelijk een nieuwe verwerking (vanuit een andere verwerkingsverantwoordelijke) voor een **ander doel**, waarvoor in principe de **voorafgaande toestemming** van de betrokkenen wel vereist is.

Uiteraard zullen ondernemingen ook steeds tijdens het due diligence onderzoek moeten controleren of de overdragende onderneming de database überhaupt zelf op een **rechtmatige wijze** verwerkte en belangrijk is dat de **betrokkenen geïnformeerd** worden over de overname, minstens in algemene termen en specifiek in geval van een wijziging van de verwerkingsverantwoordelijke als gevolg van de overdracht.





'Handboek Gegevensbescherming in de diepte &
in de praktijk' - maart 2024, LeA Uitgevers
ISBN 978-94-646-6225-2, www.lea-uitgevers.be/shop