

# UBA Position Paper

---

## UBA publiceert GDPR transparantie charter

13-02-2018, door Chris Van Roey

*Bedrijven gebruiken **persoonsgegevens** om enerzijds klanten te werven en anderzijds om een goede dienstverlening te kunnen geven aan bestaande klanten. Deze activiteit kadert in hun wettelijke recht van vrijheid van ondernemerschap. GDPR (General Data Protection Regulation) biedt een regelgevend kader om **bedrijfs- en consumentenbelangen in evenwicht te brengen**.*

Gezien de complexiteit en de diverse interpretaties van deze regelgeving neemt UBA (Unie van Belgische Adverteerders) het initiatief om een duidelijk en eenduidig **zelfregulerend** GDPR transparantie **charter** op te stellen.

1. Bedrijven hebben de plicht om op een **transparante** manier om te gaan met persoonsgegevens. Daartoe verbinden zij zich om consumenten te informeren op een duidelijke en toegankelijke manier over waarom zij welke persoonsgegevens gebruiken, over de herkomst ervan en hoe zij met deze gegevens omgaan. Deze informatie moet eenvoudig geformuleerd en gemakkelijk toegankelijk zijn voor iedere betrokkene.
2. Consumenten hebben het recht om **controle** te hebben over hun persoonsgegevens waarover bedrijven beschikken. Daartoe moeten hun gegevens toegankelijk zijn en moeten consumenten deze rechten kunnen uitoefenen. Naast het recht op inzage en correctie hebben consumenten o.a. het recht om zich te verzetten tegen het verwerken van hun persoonsgegevens voor direct marketing doeleinden, het recht op verzet tegen profilering, het recht op overdraagbaarheid en het recht om hun gegevens te laten wissen.
3. Bedrijven verbinden zich ertoe om zich strikt te houden aan een aantal principes: - alleen de **noodzakelijke** en relevante gegevens te bewaren - geen '**gevoelige**' gegevens te bewaren en te verwerken tenzij strikt noodzakelijk - persoonsgegevens voor een beperkte **termijn** te bewaren - ervoor te zorgen dat persoonsgegevens **accuraat** en up to date zijn - ervoor te zorgen dat deze data steeds op een **veilige** manier verwerkt worden.
4. Bedrijven hebben de plicht om toestemming te vragen voor het bewaren en verwerken van persoonsgegevens van **kinderen** tenzij in enkele uitzonderlijke gevallen door de wetgever voorzien.

5. Indien bedrijven zich houden aan bovenstaande punten, hebben zij het recht om persoonsgegevens te verwerken ten behoeve van **direct marketing** en om een correcte **dienstverlening** te verzorgen voor hun klanten. Zij hebben dan een gerechtvaardigd belang om persoonsgegevens op een wettelijke manier te verzamelen.

Dit charter vervangt de GDPR regelgeving niet en omvat ook niet alle aspecten uit deze regelgeving. Het legt de nadruk op de voor de marketer belangrijke aspecten in zijn relatie naar de consument.

**Voor meer informatie:**

Chris Van Roey, CEO, [chris@ubabelgium.be](mailto:chris@ubabelgium.be), 0495-557-150  
[www.ubabelgium.be](http://www.ubabelgium.be) - Buro & Design Center, Esplanade 1 –box 8, 1020 Brussel

UBA is de Belgische organisatie van en voor merken. De UBA-ledencommunity telt vandaag 317 bedrijven die samen het merendeel van de nationale mediabestedingen voor hun rekening nemen. Daardoor vormt UBA een uniek platform om de belangen van merken te behartigen en aan kennisuitwisseling te doen.