

Защитите себя, ваш Вебсайт и Вашего потребителя

Кто из нас не обращался к веб-сайту с тем, чтобы приобрести на нем книгу, предмет одежды или подарок, вместо того, чтобы идти в магазин? А как насчет того, чтобы подвести баланс в чековой книжке или заплатить по счетам on-line? Или просто бороздить просторы «паутины» в свободное время? С расширением Интернета и стремительно меняющимся окружающим миром число людей, еще не приобщившихся к Интернету, заметно уменьшается. Однако наряду с уменьшением количества людей, не охваченных Интернетом, растет число тех, кто опасается за свою частную безопасность при использовании Интернета в режиме on-line. Недавнее исследование показало, что 92 процента пользователей озабочены этой проблемой, а 67 процентов серьезно обеспокоены тем, что кто-то может не по назначению использовать частную информацию, поступившую on-line. В самом деле, 76 процентов потребителей, которые обычно чувствуют себя спокойно offline, опасаются за нарушение конфиденциальности, отправляясь on-line.

В конечном итоге, эти опасения выливаются в сокращение покупок on-line. Так, Федеральная Торговая Комиссия (FTC) подсчитала, что за последние годы розничная торговля не досчиталась примерно 2,8 миллиардов долларов, потому что люди предпочли в последний момент отказаться завершить транзакцию, находясь в режиме on-line. Особую тревогу пользователей вызывали похищения информации по кредитным карточкам, мошенничество, похищение личных данных, непрошенные предложения в электронной почте и всевозможные «приставания».

Для бизнесмена и оператора вебсайта безопасность его пользователей должна быть предметом первейшей заботы. Потребители должны быть уверены, что раскрытие личной информации на вашем вебсайте не приведет к тому, что кто-то ею злоупотребит. Во избежание подобных опасений, FTC убедительно советует операторам вебсайтов четко изложить свою политику защиты конфиденциальной информации (Privacy Policy) на главной странице своего сайта.

Privacy Policy являет собой систему стандартов отношения владельца вебсайта к сбору, использованию и/или продаже данных, касающихся посетителей сайта. Privacy Policy призвана объяснить потребителю его легальные права на конфиденциальность во время пользования Интернетом, гарантируя, что полученная информация не собирается в противозаконных целях, а будет использоваться исключительно в целях маркетинга и изучения тенденций на потребительском рынке.

FTC рекомендует, чтобы вебсайты четко и ясно изложили свою технологию сбора информации. Такое пояснение должно содержать данные о том 1) какая информация собирается на вебсайте 2) как именно она собирается 3) как она используется 4) каким будет доступ и возможность пользователям внести поправки или вовсе стереть эту информацию 5) как будет защищена эта информация 6) какая принята на данном вебсайте практика предоставления информации третьим сторонам и 7) собирают ли информацию через этот сайт другие организации.

При этом просто сформулировать и разместить Privacy Policy



Сергей Биберман, русскоязычный адвокат, партнер в престижной юридической фирме Enterprise Law Group. Его практика связана, главным образом, с деловыми и финансовыми сделками, коммерческими разбирательствами и подготовкой различных форм контрактов.

Сергей представляет интересы широкого круга коммерческих предприятий, семейных бизнесов, а также предпринимателей как в США, так и в Европе. Сергей получил степень бакалавра (BA - Bachelor of Arts) с отличием в Гарвардском университете и университете Норвестерн. Степень доктора права (JD) он получил на юридическом факультете университета Норвестерн.

на вебсайте еще недостаточно для того, чтобы соответствовать требованиям FTC. Отсутствие такой политики или не следование ее пунктам ведет к определенным последствиям. Прежде всего, если помещенная на вебсайте Privacy Policy не соблюдается, вас может ожидать штраф размером до \$100,000 (некоторым компаниям пришлось заплатить такую сумму), а также судебные иски Офиса Генерального прокурора штата Иллинойс и других штатов, поданные от имени потребителей, а также судебные иски по нарушению конфиденциальности. Во-вторых, если ваш вебсайт ориентирован на рекламу для детей, либо вы точно знаете, что дети до 13 лет пользуются вашим вебсайтом, и при этом собирается их личная информация, вступает в силу Акт от 1998 года о защите privacy детей. Данный Акт предъявляет строгие требования к операторам вебсайтов, которые обязаны заручиться согласием родителей, прежде чем использовать информацию, полученную от детей, в целях маркетинга, статистики и т.д. В-третьих, 5-й раздел Акта Федеральной Торговой Комиссии (Акт FTC) воспрещает нечестные и обманные действия и практики в бизнесе, и суд, соответственно, рассмотрит Акт FTC на privacy policy вебсайтов. Акт, запрещающий нечестные и обманные торговые практики, определяет, что тот же самый термин относится и к privacy policy вебсайтов. Поэтому потребителям предоставляется широкий спектр ответных мер, если они считают, что компании вторгаются в их privacy, совершая таким образом нечестные обманные операции, наказуемые, как это оговорено в Акте. Так, компании Microsoft, Guess, Eli Lilly были наказаны по

(Окончание на стр. 20)

Защитите себя...

(Окончание. Начало на стр. 3)

условия Акта за то, что не следовали установленным Privacy Policies.

В целом, Privacy Policy вебсайта направлена на то, чтобы защитить потребителя, который выражает свое доверие данному вебсайту, размещая на нем свою личную конфиденциальную информацию. В то же время и вы, как оператор вебсайта, не полностью защищены законом. Условия (т.н. "Terms and Conditions"), помещенные на вашем вебсайте, должны также защищать вас от незаконного пользования вашим сайтом.

Данные Условия действуют как контракты между вашим вебсайтом и пользователем, который будет смотреть, изучать ваш сайт или что-то покупать на нем. Условия контракта дают вам контрсредства против пользователей, нарушающих пункты соглашения.



Ирина Гельфанд с отличием закончила DePaul University со степенью бакалавра (BA).

В настоящее время является студенткой Campbell University Law School.

В качестве сотрудника фирмы Enterprise Law Group принимала участие в подготовке данной статьи.

Операторы вебсайта должны разработать Условия для того, чтобы регулировать использование информации и услуг, размещаемых на вебсайте. Условия позволяют вашей компании и/или вебсайту: 1) оговаривать, как сайт может быть и как не может быть использован 2) оговаривать, кто может пользоваться сайтом (например, только лица, достигшие 18 лет), 3) оговаривать процедуры и правила сайта (например, правила возврата, правила подачи жалоб, ответственность за нарушение копирайта 4) оговаривать условия отказа от легальных гарантий 5) оговаривать пределы ответственности вашей компании за сайт и 6) оговаривать юрисдикцию решения спорных вопросов, относящихся к сайту.

Следует отметить, что имея Условия, вы защищаете себя и снижаете риск судебной ответственности. Потребительские соглашения служат для того, чтобы снизить ответственность вашей компании за любого рода ущерб, понесенный в результате пользования сайтом, например: ошибки на сайте, вирусы, проникшие через продукцию сайта, неисправности на сайте, ссылки третьих сторон и вообще любые покупки и услуги. Условия являются эффективным средством снижения риска. Особенно, когда это касается покупок и размещений на сайте, что само по себе несет повышенный риск диспутов и судебной ответственности.

За помощью в разработке вашей собственной Privacy Policy и Условий для вашего бизнеса, звоните Сергею Биберману по телефону 312-410-7863.

**Звоните Сергею Биберману
24 часа в сутки по телефону
(312) 410-7863**