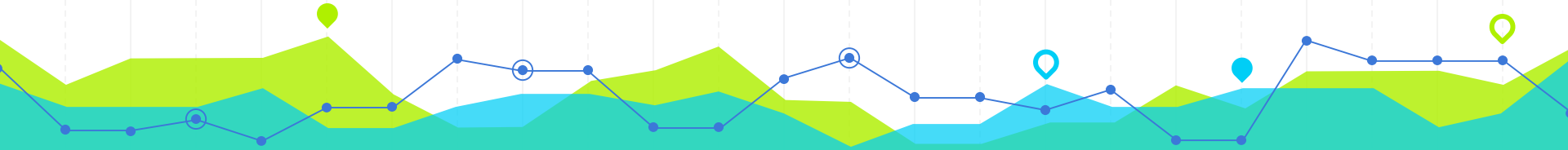


THE INSOURCE  
DEVELOPMENT GROUP  
Business Enterprise Solutions



# GDPR

## Regulamentul General privind Protecția Datelor

# Ce este GDPR?

Regulamentul General Privind Protecția Datelor (GDPR) reprezintă o schimbare fundamentală în legislația UE, în ceea ce privește datele și intimitatea personală.

GDPR a fost creat cu scopul de a reglementa modul în care datele personale ale cetățenilor Uniunii Europene sunt protejate de companii, precum și de a înlocui actuala Directivă 95/46/ Privind Protecția Datelor.

# Obiectivele GDPR

Actualizarea legislației privind protecția datelor pentru a reflecta noile comportamente digitale și valorile societății.

Armonizarea regulilor privind protecția datelor la nivelul UE.

# Domeniul de aplicare


GDPR

Este direct aplicabil în toate statele membre UE.


Protejează drepturile tuturor persoanelor aflate pe teritoriul UE, indiferent de poziționarea geografică a operatorului de date.

Extinde sfera de aplicare și asupra operatorilor de date stabiliți în afara UE, în măsura în care bunurile și/sau serviciile acestora sunt adresate (și) persoanelor aflate pe teritoriul UE; acești operatori de date vor trebui să respecte regulile și principiile stabilite de Regulament.


# Impactul GDPR în industria tursimului




- Companiile din industria turismului trebuie să se adapteze și să se pregătească pentru a asigura conformarea la standardele GDPR, în mai 2018.



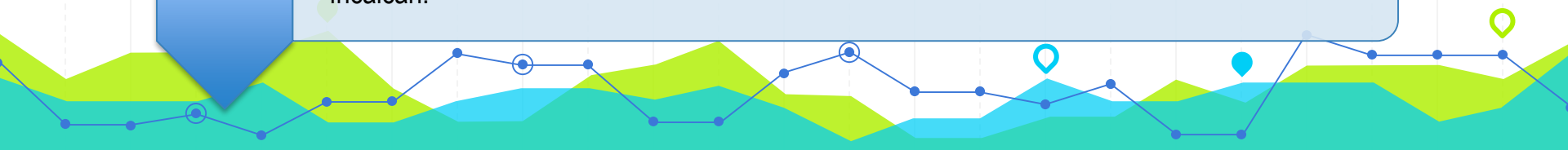
- Companiile trebuie să dezvolte o strategie ofensivă care să eficientizeze toate domeniile de conformare privind procesarea datelor cu caracter personal.



- În acest sens, este esențial ca fiecare companie să realizeze investiții riguroase în ceea ce privește personalul și politica necesare pentru stocarea și gestionarea în siguranță a datelor cu caracter personal.



- O evaluare a securității organizaționale va contribui și la reducerea riscului unei viitoare încălcări.



# Impactul GDPR în industria hotelieră

1

Distribuitorii globali de hoteluri, produse și servicii de turism se bazează pe o infrastructură veche, înconjurată de o cantitate mare de software nou, care le permite să se ocupe de toate, de la rezervare, emitere, contabilitate, check-in și manipulare de bagaje.

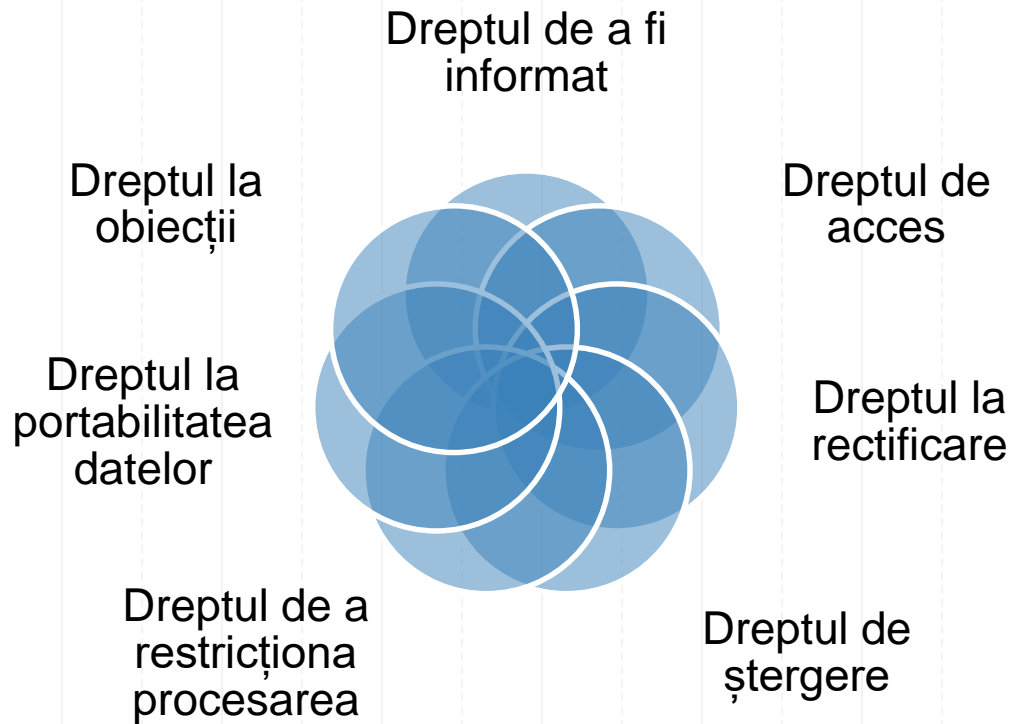
2

Structurile existente ale companiilor aeriene vor fi contestate în ceea ce privește datele cu caracter personal ale pasagerilor și ceea ce este colectat în programele de fidelizare.

3

Hotelurile trebuie să discute cu ANSPDCP dacă datele care le sunt transmise sau stocate sunt permise de către călător.

# Noile drepturi introduse în GDPR:



# Cu ce vine nou GDPR, în industria turismului

- **Amenzi** mult mai mari – 2-4% din cifra de afaceri globală sau 10-20 milioane de Euro.

- **Consimțământ** clar și liber.

- **Notificarea breșelor** de securitate în maximum 72 de ore de la constatare

- **Dreptul la acces** – unde și în ce scop sunt utilizate datele

- **Dreptul de a fi uitat/ șters** – ștergerea informațiilor cu caracter personal, la cerere

- Confidențialitate prin design (**Privacy by design**)

- Confidențialitate implicită (**Privacy by default**)

Responsabil cu datele personale (**DPO**)



# Prevedere – Efect în industria turismului

## DREPTUL DE A FI UITAT

- Ștergerea cu dificultate a datelor din baze de date multiple eterogene: TINA, TBS, AMDAEUS, MERLIN, CRM, etc.

## PORTABILITATEA DATELOR

- Procesarea diverselor formate de date face dificilă portabilitatea prin exportarea într-un format unic.

## EXISTENTA CONSENSULUI

- Obținerea consensului se bazează pe o relație stabilă informală cu clientul și mai puțin pe o relație reglementată juridic.

## 72 ORE DEADLINE pentru notificarea BREȘELOR – adaptarea sistemelor și procedurilor

- Dificil de identificat în companiile de turism și dificil de pregătit. De regulă, se urmărește externalizarea serviciului.

## PROTECȚIE IMPLICITĂ ȘI PRIN DESIGN – regândirea sistemelor și inf. IT

- Necesitatea integrării bazelor de date într-o soluție unificată tip CRM (Custom Relationship Management).

## CRIPTAREA ȘI PSEUDO ANONIMIZAREA DATELOR

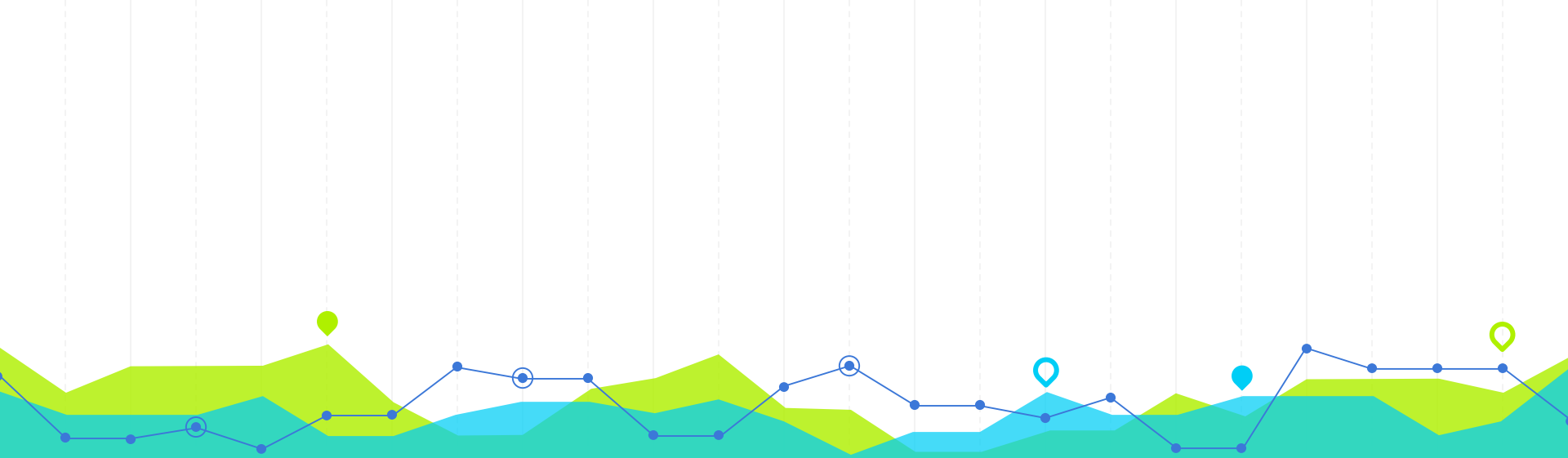
- Criptarea și pseudo anonimizarea se realizează pe platforme și în baze de date cu tehnologii de management și stocare diferite. Se impune integrarea/unificarea soluțiilor de stocare a datelor.

## PENALITĂȚI 2%, până la 10 milioane de Euro sau 4% , până la 20 milioane de Euro, din cifra globala de afaceri

- Aceleași penalități pentru companii cu capacități și resurse diferite. Conflictul național versus internațional.

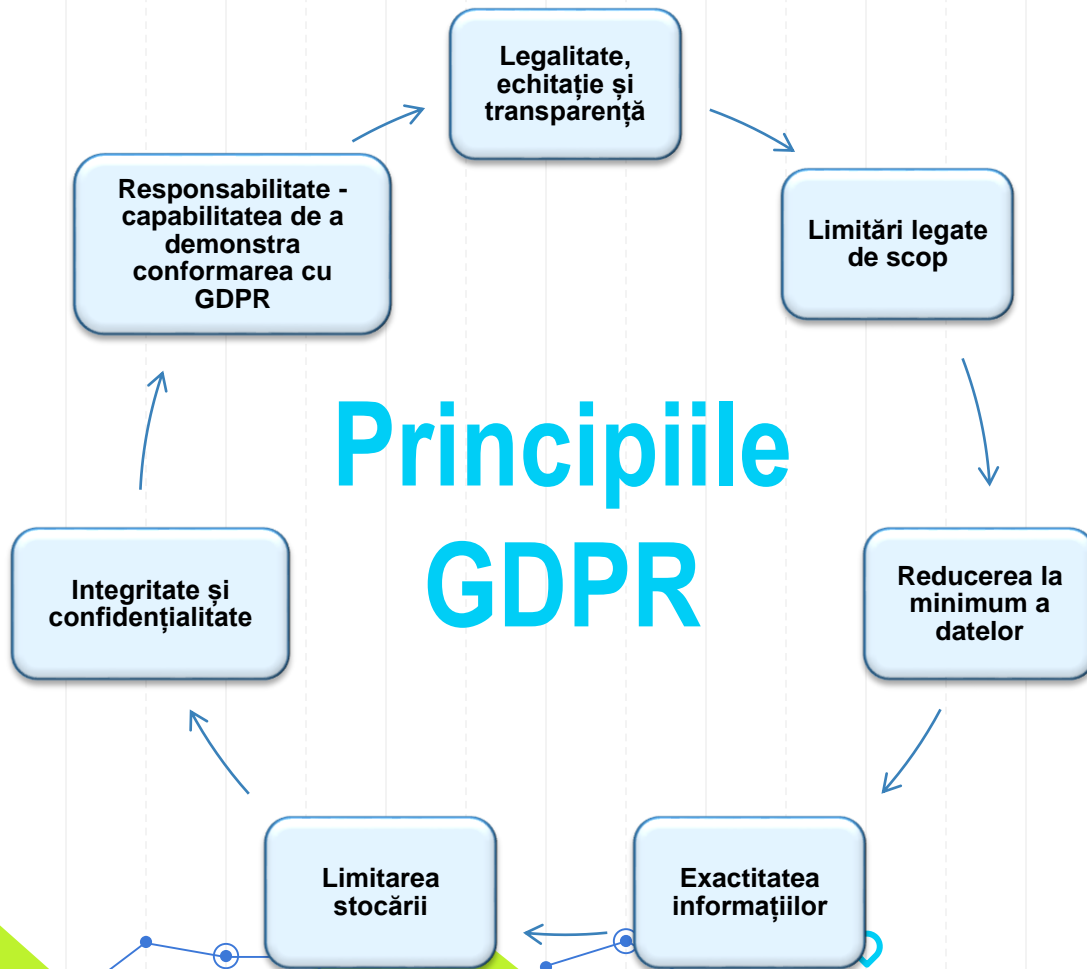
## Ofițer Protecția Datelor

- Responsabilul cu datele cu caracter personal – o nouă poziție similară CISO.



**În industria turismului, GDPR este o necesitate,  
ca urmare a neconformării adaptării companiei  
și a creșterii amenințărilor cibernetice**

# Principiile GDPR



### 1. Ce date sunt procesate și evaluarea riscurilor

Identificați datele personale și unde se află acestea în mediile dumneavoastră de tip cloud/local

### 3. Evaluarea securității

Evaluati soluțiile de securitate existente pentru a stabili dacă tehnologiile pe care le aveți în utilizare oferă o protecție adecvată, în timp real

# Conformarea cu GDPR presupune:

### 2. Audit de protecție a datelor

Să evaluați dacă există tehnologii și procese potrivite pentru a vă ajuta să controlați accesul la sistemele dumneavoastră.

### 4. Planul de răspuns la incidente

Aplicați tehnologiile și procesele de securitate pentru a opri un incident, pentru a atenua impactul și a îl raporta

# GDPR în INDUSTRIA TURISMULUI



# Particularitățile GDPR în turism

Prelucrarea datelor cu caracter personal pe mai multe platforme de turism, tur operatori, ticketing, operatori aerieni, asigurări, vize, fără a avea certitudinea că acele date vor fi procesate și protejate corespunzător de către terți.

Existența unor baze de date diferite ca tehnologie: TINA, TBS, AIDA, AMADEUS, care procesează date personale în mai multe formate nestandardizate, salvând datele pe mai multe servere de stocare.

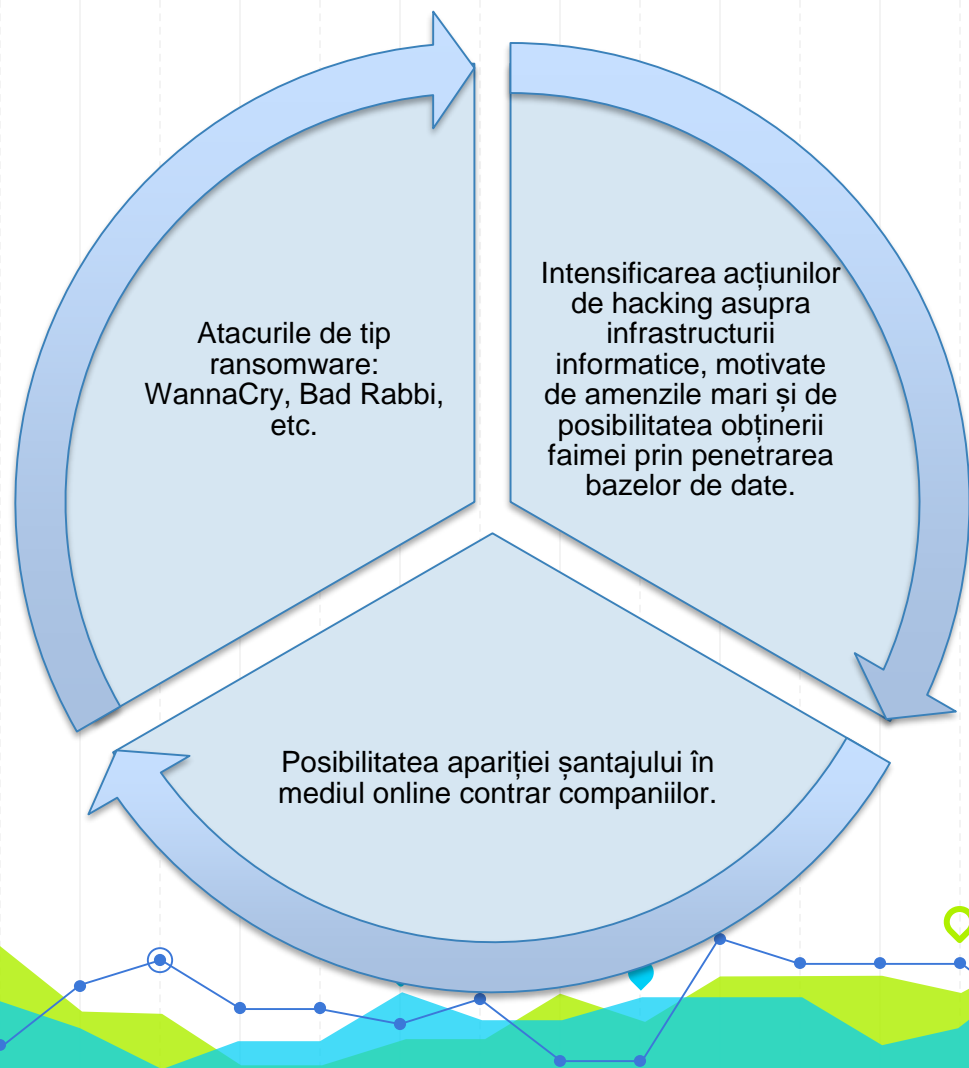
Existența mai multor posibile locații de exfiltrare a datelor și a mai multor breșe de securitate (la nivelul agențiilor / francizelor/ reseller-ilor). Lipsa procedurilor de securitate sau neaplicabilitatea lor.

Porturi USB deschise, politici de securitate libere la nivelul calculatoarelor din agențiile de turism, acces la rețele sociale de către angajați în timpul programului de pe stațiile de calcul și mobilitatea ridicată a operatorilor de turism.

Diferențe majore de cultură de securitate la nivelul operatorilor din agențiile de turism, orientați spre business neorientați spre securitatea în mediul electronic.

Activitatea de colectare și procesare a datelor cu caracter personal și întreaga activitatea a firmei se realizează în mediul online, pe rețele vulnerabile.

# Riscuri și amenințări în industria turismului:



# Relația client – companie de turism în noua politică GDPR:

Anularea informațiilor după ce clientul a fost chiar și într-o singură călătorie

Informații cu privire la datele pe care le aveți despre el sau familia sa

Ca organizația să primească numai date limitate

Nu puteți transfera datele unei alte entități juridice fără consimțământul clientului

Dacă doriți să utilizați, să transferați sau să vindeți date, trebuie să obțineți consimțământul de la client

Interzicerea utilizării datelor în orice scop



# Oportunități de creștere pentru companiile din industria de turism

În domeniul Marketing.

Folosirea GDPR ca un vector de creștere al relației cu clienții și vector de publicitate.



Posibilitatea cunoașterii imaginii reale a modului de securizare a informațiilor.



Dezvoltarea infrastructurii IT interne.



Posibilitatea introducerii instrumentelor de profilare a clienților, în acord cu politica.



# Ce trebuie să facă DPO-ul

Cursuri de specializare.

Consiliază managementul.

Asigură interfața cu sistemele de Securitate.  
Proceduri client- autoritate.

Continuă să actualizeze sistemele și procesele și să includă infrastructura de mobilitate.

Se asigură că înregistrarea, procesele și sistemele oferă o protecție suficientă.

Se asigură că organizațiile primesc consimțământul corespunzător din partea angajaților, a clienților și a altor entități terțe.

# Întrebările pe care trebuie să și le pună compania de turism

Sunt protejat?

Merită riscul de neconformare?

Datele mele și ale clienților mei sunt în siguranță?

Afacerea mea este sigură în mediul electronic?

Bazele mele de date pot fi penetrate?

# 4 pași pe care trebuie să îi realizeze firmele de turism

Audit și evaluare internă pe 4 domenii: IT, securitate personală, securitate juridică și protecția infrastructurii critice.

Plan de măsuri pentru implementarea rezultată din audit.

Impelmentare tehnică, procedurală și umană.

Evaluarea post implementare.

# Beneficiile parteneriatului ANAT – TID Group

Srijinul personalizat și dedicat către industria turismului.

Know how dedicat bazelor de date din domeniul turismului.

Know how pregătire operatori de turism pe domeniul colectării, procesării și stocării datelor cu caracter personal.

# TID Group oferă:

Capacitate de training.

Specializare pe problematică GDPR în turism.

Disponibilitate permanentă în relația cu clientul.

Soluții **PERSONALIZATE** pentru fiecare entitate turistică plecând de la un audit de securitate.

# Cursuri realizate de TID Group, pe industria turismului

## **CURS 1**

Operator de date cu  
caracter personal

2 Zile

## **CURS 2**

Curs pregătire DPO

3 Zile

## **CURS 3**

Curs general  
Management GDPR

1 Zi

**MULȚUMIM!**



**SESIUNE DE ÎNTREBĂRI ȘI  
RĂSPUNSURI!**

