

E-marketing - ako oslovovať spotrebiteľa a neporušiť zákon

JUDr. Pavel Nechala



eFOCUS

Obsah

- **Základné pojmy**
- **Právna úprava na úrovni EÚ**
- **Regulácia v Slovenskej republike**
- **Uplatňovanie regulácie v praxi**

Základné pojmy



Nechala & Co.
law firm

eFOCUS

E - marketing

Internet marketing, tiež známy ako web marketing, online marketing, webvertising, or e-marketing, je marketing (všeobecne propagácia) výrobkov alebo služieb cez internet. Internetový marketing je považovaný z hľadiska rozsahu za širší pojem, pretože sa vzťahuje nielen na uvádzanie produktov obchodovaný na internete, ale aj marketing vykonávaný prostredníctvom e-mailu a bezdrôtových médií.

Zdroj: Wikipedia.org

E – marketingové nástroje

- Banner
- Advergaming
- e-mail marketing
- Blog
- Search Engine Marketing (SEO)
- a ďalšie

E – marketingové nástroje

Databáza bude zaregistrovaná na Úrade na ochranu osobných údajov SR a spracúvanie dát bude realizované v súlade s podmienkami registrácie.

- prepísané budú v zmysle zákona o ochrane osobných údajov len tie karty, ktoré obsahujú podpis zákazníka ako jeho preukázateľný súhlas s použitím údajov na marketingové účely.
- Databáza bude aj v kartovej podobe spracovaná na archiváciu.
- Archiváciu databázy samozrejme realizujeme ako súčasť správy databázy.
- Databáza ani zariadenia na ktorých bude vedená nebude prístupná z verejne prístupnej siete (internet).

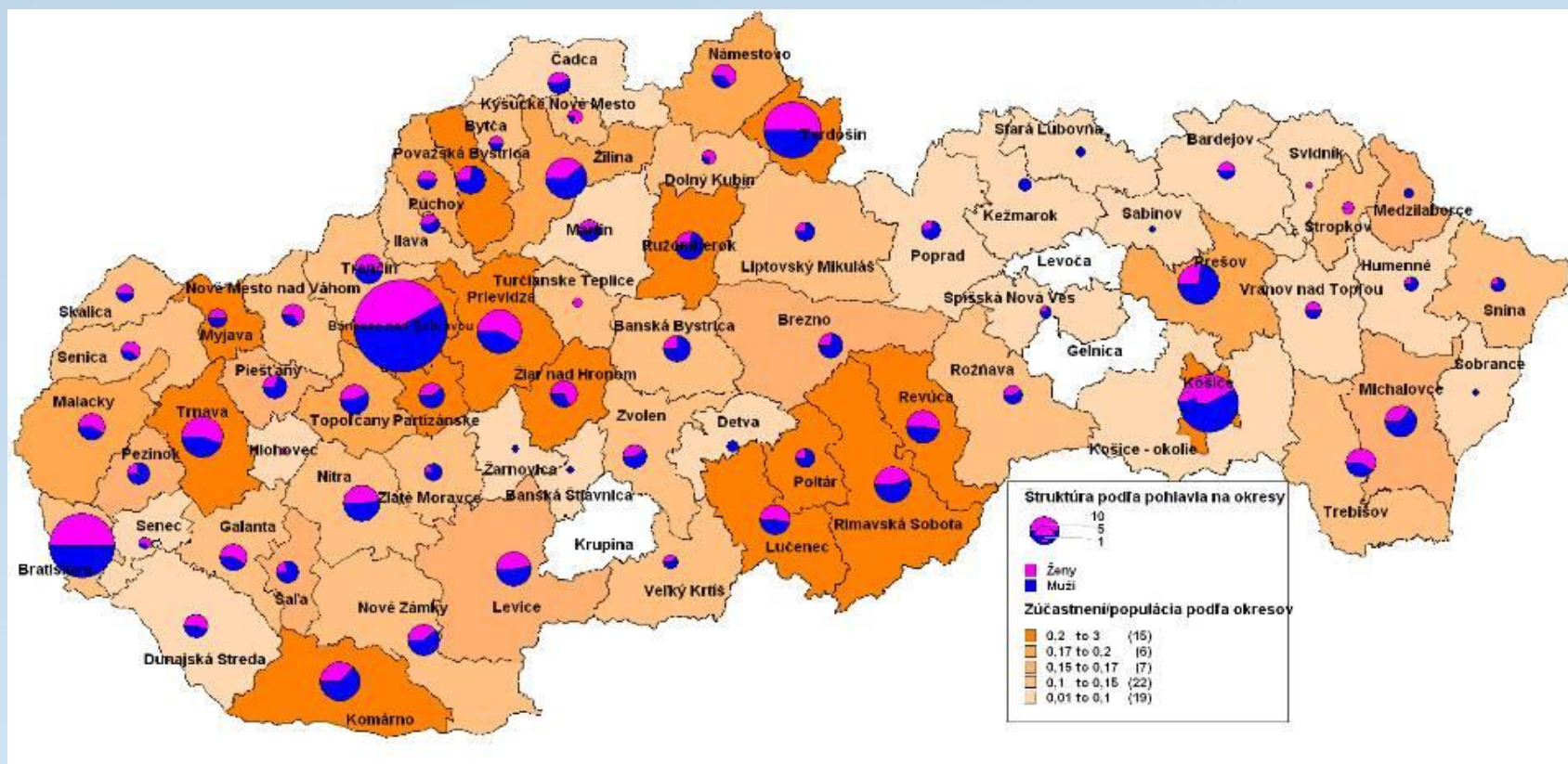
Zákaznícka databáza OMV bude obsahovať nasledovné údaje :

1. Meno, priezvisko a titul zákazníka
2. Presnú adresu zákazníka
3. Kontakt na mobilné číslo – tam kde je uvedený
4. Kontakt na pevnú tel. linku – tam kde je uvedený
5. Kontakt na email – tam kde je uvedený
6. Označenie prevádzok (ČS) kde zákazník tankoval
7. Celkový počet jeho zapojení (prepočet na litre PHM)

Databáza bude spracovaná za 2 mesiace od poskytnutia kariet na prepis resp. do 31.8.2012.

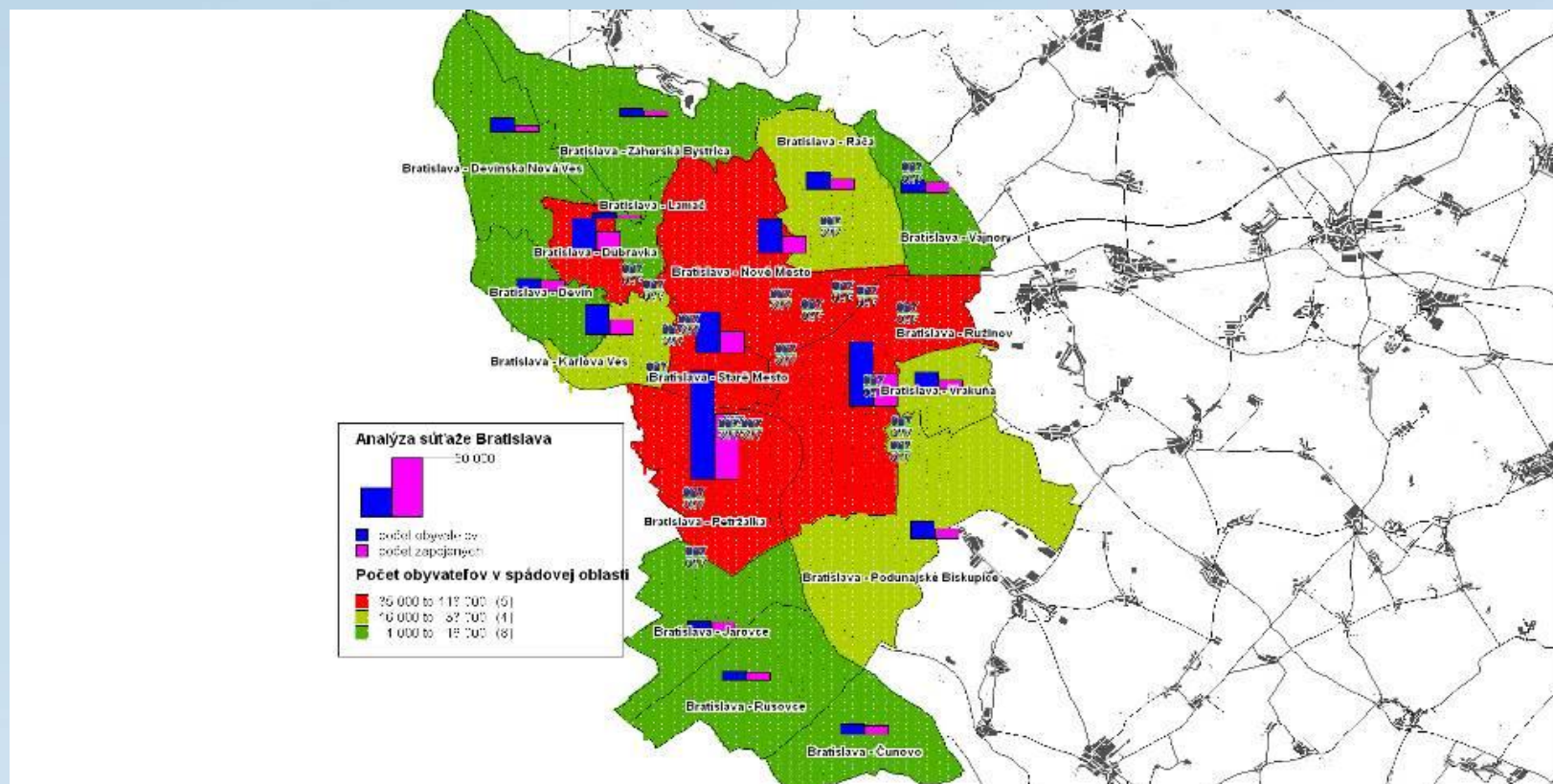
E – marketingové nástroje

- Zobrazuje pomerný počet zúčastnených osôb v súťaži na celkový počet obyvateľov v jednotlivých okresoch a zároveň aj rozdelenie zapojených podľa pohlavia.



E – marketingové nástroje

- Zobrazí pomery zákazníkov a obyvateľov v územných jednotkách, zobrazí sieť ČS OMV prípadne i konkurenčné siete



Spam

Vo všeobecnosti sa pojmom „spam“ označuje nevyžiadaná elektronická pošta. Ide o e-mail, ktorý si príjemca vopred nevyžiadal a vo väčšine prípadov obsahuje marketingové a komerčné prvky.

Spam

Pôvod slova spam:

Rok 1937 - spoločnosť Hormel Foods

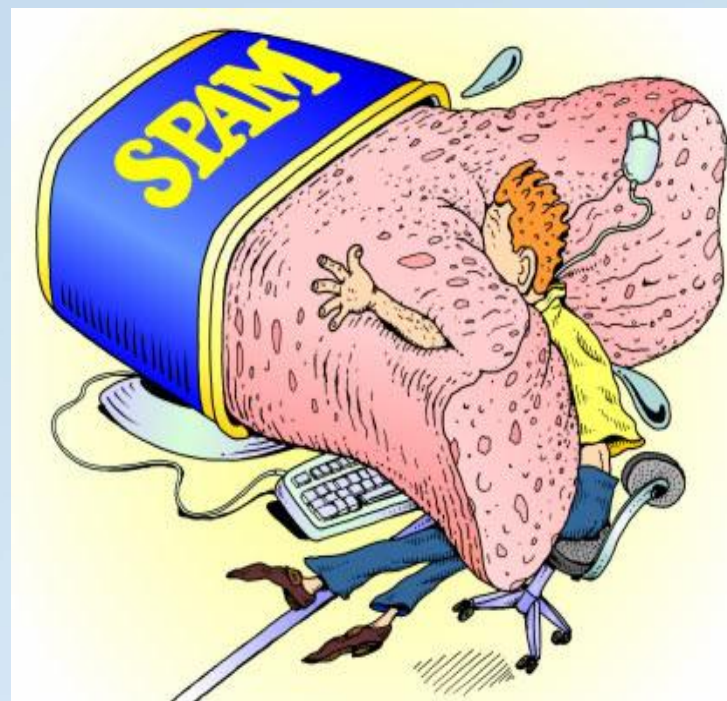
Corporation
and Ham“

- produkt SPAM - „Spiced



Spam

Spam sa objavil v záverečnej časti 25. dielu seriálu **Monty Pythonov lietajúci cirkus** z 15. decembra 1970



Cookies

Cookie - anglicky koláčik, oplátka, sušienka
asociuje zvyklosť zo Spojených štátov a Veľkej
Británie ponúknuť účastníkom určitého
záujmového spolku alebo skupiny ich obľúbenú
sušienku pre navodenie príjemnejšej atmosféry.



Cookies

Cookie sa v protokolu HTTP označuje malé množstvo dát, ktoré WWW server pošle prehliadaču, ktorý ho následne uloží na počítači užívateľa. Pri každej ďalšej návšteve tohto serveru potom prehliadač tieto dáta posiela späť serveru.



Cookies tretích strán

Kým cookies sú zasielané iba na server, ktorý ich nastavil alebo serveru v rovnakej internetovej doméne, môžu webové stránky obsahovať obrázky alebo iné komponenty uložené na serveroch v iných doménach. Cookies, ktoré sú nastavené pri získavaní týchto zložiek sa nazývajú **cookies tretích strán** alebo third-party cookies.

Právna úprava na úrovni EÚ



Nechala & Co.
law firm

eFOCUS

Smernice

SMERNICA EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY 95/46/EHS z 24. októbra 1995 o ochrane fyzických osôb pri spracovaní osobných údajov a voľnom pohybe týchto údajov

Smernica 2002/58/ES týkajúca sa spracovávania osobných údajov a ochrany súkromia v sektore elektronických komunikácií

ePrivacy directive

Smernica 2002/58/ES týkajúca sa spracovávaní osobných údajov a ochrany súkromia v sektore elektronických komunikácií (tzv. ePrivacy directive) doplnená novou úpravou obsiahnutou v smernici EP 2009/136/ES

„**Opt-in**“ - posielanie elektronickej pošty marketingového charakteru len s predchádzajúcim súhlasom,

„**Opt-out**“ - všetky priame marketingové správy musia obsahovať platnú adresu a možnosť odmietnuť zasielanie.

ePrivacy directive - cookies

Pôvodné znenie čl. ePrivacy directive o cookies vyžadovalo len možnosť odmietnuť spracúvanie informácií o koncovom užívateľovi:

- „Členské štáty zabezpečia, aby bolo používanie elektronických komunikačných sietí na ukladanie informácií alebo na získavanie prístupu k informáciám uloženým v koncovom zariadení účastníka alebo užívateľa povolené len pod podmienkou, že príslušný účastník alebo užívateľ má k dispozícii jasné a jednoznačné informácie v súlade so smernicou 95/46/ES, medzi iným aj o účele spracovania, a má možnosť odmietnuť také spracovanie údajov osobou zodpovednou za spracovanie. “

ePrivacy directive - cookies

Čl. 2 bod 5 smernice 2009/136/ES zmenil čl. 5 ods. 3 ePrivacy po jeho zmene vyžaduje predchádzajúci súhlas koncového užívateľa:

- „Členské štáty zabezpečia, aby sa ukladanie informácií alebo získavanie prístupu k informáciám, ktoré už boli uložené, v koncovom zariadení účastníka alebo užívateľa povolilo len pod podmienkou, že dotknutý účastník alebo užívateľ dal na to vopred súhlas na základe jasných a komplexných informácií v súlade so smernicou 95/46/ES, okrem iného aj o účeloch spracovania.“

Transpozícia ePrivacy directive - cookies

Členské štáty boli povinné implementovať smernicu do 25.05.2011. Stav marec 2012 – 10 krajín ešte neuskutočnilo transpozíciu.

ePrivacy directive - Spam

Článok 13

Nevyžiadané správy

- na marketingové účely - jasne a jednoznačne poskytnutá možnosť bezplatne a jednoduchým spôsobom namietat' voči takémuto použitiu elektronických kontaktných údajov v čase ich zberu a pri každej správe v prípade, že zákazník také použitie predtým neodmietol.

Regulácia v Slovenskej republike

Regulácia spamu

Zákon o elektronických komunikáciách vyžaduje predchádzajúci súhlas so zasielaním marketingových správ fyzickým osobám. Výnimka platí iba v prípade priameho marketingu vlastných podobných tovarov a služieb osobe svojmu zákazníkovi, ktorý však musí mať právo kedykoľvek jednoducho a bezplatne ukončiť zasielanie takýchto správ.

Regulácia spamu

Zákon o reklame (147/2001) vyžaduje predchádzajúci súhlas príjemcu.

§3 ods.4 písm. a

„Reklama nesmie zneužívať dôveru spotrebiteľa, nedostatok jeho skúseností alebo vedomostí.“ a okrem toho

„nesmie

k) obsahovať osobné údaje, údaje o majetkových pomeroch osôb bez ich predchádzajúceho súhlasu, “

Regulácia spamu

Zákon o reklame (147/2001) vyžaduje predchádzajúci súhlas príjemcu.

§3 ods. 7: Reklama sa nesmie šíriť automatickým telefonickým volacím systémom, telefaxom a elektronickou poštou bez predchádzajúceho súhlasu ich užívateľa, ktorý je príjemcom reklamy.

§3 ods. 8: Reklama sa nesmie šíriť adresne, ak adresát doručenie reklamy vopred odmieta.

Regulácia spamu

Zákon o elektronickom obchode (č. 22/2004 Z.z.)

§4 ods. 6: Poskytovateľ služieb nesmie doručovať informácie komerčnej komunikácie elektronickou poštou, ak si ich príjemca služby vopred nevyžiadal.

Regulácia cookies

zákonom č. 351/2011 Z.z. o elektronických komunikáciách (§55 ods. 5) zo dňa 14.09.2011, platný od 22.10.2011, účinný od 01.11.2011:

„Každý, kto ukladá alebo získava prístup k informáciám uloženým v koncovom zariadení užívateľa, je na to oprávnený iba ak dotknutý užívateľ **udelil súhlas na základe jasných a úplných informácií o účele ich spracovania**; za súhlas na tento účel sa považuje aj použitie príslušného nastavenia webového prehliadača alebo iného počítačového programu. Povinnosť získania súhlasu sa nevzťahuje na orgán činný v trestnom konaní a iný orgán štátu.“

Regulácia v Slovenskej republike a prax



Nechala & Co.
law firm

eFOCUS

Telekomunikačný úrad SR

Súhlas na priamy marketing:

- možnosť vyžiadať si udelenie súhlasu na zaslanie ponuky emailom,
- súhlas zrealizovaný pri registrácii na webstránke,
- súhlas ako súčasť vzniku klientskeho vzťahu k banke, ak nebol podmienený na poskytnutie služby,
- súhlas ako súčasť VOP internetové inzertného portálu.

Telekomunikačný úrad SR

Od 1.11.2011 zmena pôsobnosti - ochrana pred nevyžiadanou komunikáciou iba:

- pre fyzické osoby a
- nakupujú výrobky alebo používajú služby pre osobnú spotrebu.



Spoločnosť Pекná Modrá s.r.o.:

- za posledných 12 mesiacov dostali len 3 žiadosti od osôb o výmaz osobných údajov z ich databáz,
- stretávajú sa s veľkou neznalosťou zákona u laickej verejnosti,
- vzťah prevádzkovateľ versus spracovateľ,
- evidujú údaje do tzv. databázy „Robinsonov“ pre prípady posielania adresných zásielok.

Nevyžiadaná reklama, spam, cookies



Nechala & Co.
law firm

eFOCUS

Zákon o elektronických komunikáciách

- dozor vykonáva Telekomunikačný úrad Slovenskej republiky
- Telekomunikačný úrad vykonáva dozor prešetrovaním podnetov aj z vlastnej iniciatívy
- štatistiky za rok 2010 a 2011

Zákon o elektronických komunikáciách

Podnety prijaté v roku 2010

Prijaté podnety	14	prešetrené	14	opodstatnené	2
				neopodstatnené	12
		neprešetrené*	-	-	-

- * Uvedené 3 podnety neboli zo strany Telekomunikačného úradu prešetrené z dôvodu, že v zmysle Zákona o elektronických komunikáciách podmienky nevyžiadanej komunikácie spĺňa mailová komunikácia len v prípade, ak príjemcom správy je koncový užívateľ, teda fyzická osoba, ktorá používa dané elektronickú poštu pre osobnú potrebu, resp. pre potrebu rodiny, a teda nie pre podnikateľské účely.

Zákon o elektronických komunikáciách

Charakteristika sťažovateľa a osoby, voči ktorej mierila sťažnosť (2010)

sťažovateľ - fyzická osoba	14
sťažovateľ - fyzická osoba - podnikateľ	0
sťažovateľ - právnická osoba	4
namietaný – fyzická osoba	0
namietaný – fyzická osoba - podnikateľ	0
namietaný – právnická osoba	14

Zákon o elektronických komunikáciách

Konanie z vlastnej iniciatívy Telekomunikačného úradu v roku 2010

Vykonané kontroly	0	opodstatnené	-
		neopodstatnené	-

Uložené pokuty v roku 2010

Vykonané kontroly	2
Celková výška uložených pokút	1 200 EUR

Zákon o elektronických komunikáciách

Podnety prijaté v roku 2011

Prijaté podnety	12	prešetrené	9	opodstatnené	2
				neopodstatnené	7
		neprešetrené*	3	-	-

- * Uvedené 3 podnety neboli zo strany Telekomunikačného úradu prešetrené z dôvodu, že v zmysle Zákona o elektronických komunikáciách podmienky nevyžiadanej komunikácie spĺňa mailová komunikácia len v prípade, ak príjemcom správy je koncový užívateľ, teda fyzická osoba, ktorá používa dané elektronickú poštu pre osobnú potrebu, resp. pre potrebu rodiny, a teda nie pre podnikateľské účely.

Zákon o elektronických komunikáciách

Charakteristika sťažovateľa a osoby, voči ktorej mierila sťažnosť (2011)

sťažovateľ - fyzická osoba	4
sťažovateľ - fyzická osoba - podnikateľ	1
sťažovateľ - právnická osoba	7
namietaný – fyzická osoba	0
namietaný – fyzická osoba - podnikateľ	3
namietaný – právnická osoba	9

Zákon o elektronických komunikáciách

Konanie z vlastnej iniciatívy Telekomunikačného úradu v roku 2011

Vykonané kontroly	2	opodstatnené	2
		neopodstatnené	-

Uložené pokuty v roku 2011

Vykonané kontroly	2
Celková výška uložených pokút	135 EUR

Zákon o reklame

- dozor vykonáva Slovenská obchodná inšpekcia
- Slovenská obchodná inšpekcia vykonáva dozor len na základe podnetov spotrebiteľov

Zákon o reklame

Podnety prijaté od spotrebiteľov v rokoch 2010 a 2011 vo veci porušenia zákona o reklame vo vzťahu k spam, cookies a nevyžiadanej reklame

ROK	PRIJATÉ PODNETY*	PREŠETRENÉ PODNETY	OPODSTATNENÉ PODNETY
2010	125	80	57
2011	103	50	35

* pozn.: v celkovom počte sú zahrnuté podnety na vykonanie kontroly, poradenská činnosť, postúpenie podania inému príslušnému orgánu, alebo odpísanie spotrebiteľovi bez ďalšieho šetrenia veci.

Zákon o reklame

- predmetom podaní prijatých na Slovenskú obchodnú inšpekciu bolo najmä zasielanie, resp. prijímanie nevyžiadanej pošty spotrebiteľom
- podania najčastejšie smerujú voči podnikateľským subjektom v Bratislavskom kraji

Zákon o reklame

Sankcie uložené v roku 2010 a 2011 Slovenskou obchodnou inšpekciou za porušenie príslušných ustanovení zákona o reklame vo veci spam, cookies a nevyžiadanej pošty (§ 3 ods. 7 a 8 zákona o reklame)

ROK	I. - stupňové rozhodnutia		II. - stupňové rozhodnutia	
	počet	suma	počet	Suma
2010	43	24 380 EUR	16	4 470 EUR
2011	28	10 730 EUR	7	2 200 EUR

Minimálna výška uloženej pokuty bola 100 EUR,
maximálna výška 3 000 EUR

Etický kódex reklamnej praxe

- dozor vykonáva Rada pre reklamu
- prijíma podnety vo veci súladu reklamy s Etickým kódexom reklamnej praxe
- v roku 2010 prijatých 0 podnetov
- v roku 2011 prijaté 2 podnety, z toho 1 odôvodnený

Etický kódex reklamnej praxe

- odôvodnená sťažnosť sa týkala ponuky práce šírenej mailom, šíriteľom bol podnikateľ z Považskej Bystrice
- Rada pre reklamu neukladá peňažné sankcie, v prípade porušenia Etického kódexu reklamnej činnosti je šíriteľ reklamy vyzvaný k náprave alebo k zamedzeniu šírenia reklamy

Ďakujeme za pozornosť



Nechala & Co. s.r.o., advokátska kancelária
Nitrianska 3, 821 08 Bratislava,
Tel/ Fax: ++421 2 555 735 82,
E-mail: advocate@advocate.sk, Web: www.advocate.sk

© 2010 Digit, s.r.o.