



Nestor Nestor Diclescu Kingston Petersen  
SOCIETATE CIVILĂ DE AVOCAȚI

20 ani de performanță

## COMUNICARILE COMERCIALE NESOLICITATE, CE ANUME SANCTIONEAZA LEGEA?



Oana Bogdan  
Avocat Senior NNDKP



1. Aspecte generale
2. Principiul Opt – In
3. Caracteristicile comunicărilor comerciale electronice
4. Sanctiuni
5. Concluzii





## Legislatia aplicabila in acest domeniu

### LEGISLATIA NATIONALA

- **Legea nr. 365/2002** privind comerțul electronic, republicată, cu modificările ulterioare (art. 1 pct. 8, Art. 6)
- **Hotărârea Guvernului nr. 1308/2002** pentru aprobarea Normelor metodologice din 2002 pentru aplicarea Legii nr. 365/2002 (art. 7-9)
- **Legea nr. 506/2004** privind prelucrarea datelor cu caracter personal și protecția vieții private în sectorul comunicațiilor electronice (art. 12)
- **Ordonanța Guvernului nr. 130/2000** republicată privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță (art. 15)

### DIRECTIVELE EUROPENE

- **Directiva 2000/31/CE** referitoare la anumite aspecte juridice privind serviciile societății informaționale, în special comerțul electronic în piața internă
- **Directiva 2002/58/CE** a Parlamentului European și a Consiliului privind prelucrarea datelor cu caracter personal și protecția vieții private în sectorul comunicațiilor electronice



Nestor Nestor Diculescu Kingston Petersen  
SOCIETATE CIVILĂ DE AVOCAȚI



## 1. ASPECTE GENERALE

Deși se pune adeseori semnul egal între termenul de comunicare comercială nesolicitată și cel de SPAM\*, cele două noțiuni nu se suprapun în totalitate

Legislația românească - *comunicările comerciale* = parte a mesajelor electronice nesolicitate cunoscute drept SPAM

Termenul SPAM = transmiterea masivă și uneori repetată a mesajelor electronice nesolicitate, mesaje având de cele mai multe ori caracter comercial, de publicitate pentru produse și servicii, fiind însă aplicabil și altor comunicări electronice, care nu au neapărat un caracter comercial)

\* SPAM - Controlling the Assault of Non-Solicited Pornography and Marketing” (CAN-SPAM)

Posta electronică (sau e-mail) este unul dintre serviciile Internetului => nevoia reglementării transmiterii comunicărilor comerciale



Nestor Nestor Diculescu Kingston Petersen  
SOCIETATE CIVILĂ DE AVOCAȚI



## Definitia comunicarii comerciale

Legea 365/2002 definește comunicarea comercială ca fiind orice formă de comunicare destinată să promoveze, în mod direct sau indirect, produsele, serviciile, imaginea, numele ori denumirea, firma sau emblema unui comerciant

Dacă aceste informații permit accesul direct la activitatea unei persoane fizice sau juridice, în special pe nume de domeniu sau o adresă de poștă electronică, și dacă sunt efectuate de un tert independent față de persoana în cauză (cu atât mai mult atunci când sunt realizate cu titlu gratuit), atunci acestea nu vor fi considerate ca fiind comunicări cu caracter comercial

**!!! Tot comunicare comercială nesolicitată este, indiferent ce scriem la final**

- "Acest mail nu este SPAM deoarece conține datele noastre de identificare și instrucțiuni pentru dezabonare."
- "Acest mail nu este SPAM pentru unul din următoarele motive: sunteți un partener al companiei noastre; va regăsiți în baza noastră de date ca urmare a unei corespondențe anterioare; adresa dvs de email a fost selectată dintr-o bază de date la care v-ați abonat; adresa de email a fost făcută publică de către dvs prin vizualizări advertising online."



**Comunicările nesolicitate** – Legea 506/2004 - efectuarea de comunicari comerciale prin utilizarea unor sisteme automate de apelare care nu necesita interventia unui operator uman, prin fax ori prin posta electronica sau prin orice alta metoda care foloseste serviciile de comunicatii electronice destinate publicului, este interzisa cu exceptia cazului in care abonatul vizat si-a exprimat in prealabil consimtamantul expres pentru a primi asemenea comunicari.

#### Tipuri de comunicari comerciale nesolicitate:

- **Newslettere (buletine informative)** la care destinatarul a fost inscris fara acord prealabil expres
- **Mesaje publicitare (oferte comerciale)** trimise catre liste de distributie alcatuite prin colectarea de adrese in mod ilegal din diverse surse publice (site-uri, email-uri, forumuri, achizitionare ilegală de la alti operatori) fără legătură cu activitatea sau interesele destinatarului sau trimise in mod repetat fara acord prealabil, avand legatura cu activitatea sau preocuparile destinatarului, nedorite inasa de acesta
- **Stiri/comunicate privind lansarea de noi produse/servicii** ce includ adeseori metode de inginerie sociala (mesajul *pare a veni de la o cunostinta*)



Will you  
opt-in?



## 2. PRINCIPIUL OPT-IN

Doua sisteme de reglementare:

- sistemul optiunii de intrare (option-in sau opt-in)
- sistemul optiunii de iesire (option-out sau opt-out)

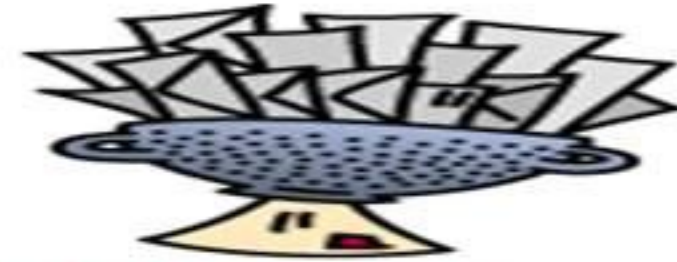
Romania a implementat principiul Opt –In => trebuie sa exise acordul fiecarei persoane pentru a primi comunicari comerciale

Principiul Double Opt-In -> re-confirmarea acceptului beneficiarului în urma unei cereri anterioare de subscriere, din care identitatea sa nu a putut fi verificata

Acordul se poate obtine in orice mod, dar trebuie probat:

- Online, prin e-mail (csub rezerva unor conditii) sau printr-un formular pe o pagina web
- Printr-o campanie offline – de orice fel – chiar si telefonica

2 exceptii de la principiul de Opt-In, incluse in Legea 506/2004



### 3. CARACTERISTICILE COMUNICARILOR COMERCIALE ELECTRONICE

- **Sa fie clar identificabile ca atare** - *subiectul mesajelor transmise prin posta electronica, care constituie comunicari comerciale, trebuie sa inceapa cu termenul "PUBLICITATE" scris cu majuscule*
- **Persoana in numele careia se face comunicarea sa fie identificata clar** (*numele sau denumirea completa; codul numeric personal sau codul unic de inregistrare, dupa caz; domiciliul sau sediul; numerele de telefon si fax; adresa de posta electronica*)
- **Ofertele promotionale**, precum reducerile, premiile si cadourile, sa fie clar identificabile, iar **conditiile care trebuie indeplinite pentru obtinerea lor sa fie usor accesibile si clar prezentate**
- **Sa existe posibilitatea de dezabonare** (revocare consimtamant) prin email - prin simpla notificare a furnizorului, gratuit, cu implementare in maximum 48 de ore de la intiere

!!! Mesajele in masa (bulk) – nereglementate expres de legislatia romana in vigoare  
=> implicatii legate de sanctiune



- Top 10 tari din care s-a facut cel mai mult spam in 2009\*

1. **Brazilia** - 7,7 trilioane (mesaje tip spam, crestere cu 192,6% fata de 2008)
2. SUA - 6,6 trilioane mesaje (-20,3%)\*\*
3. India - 3,6 trilioane mesaje (+130%)
4. Coreea de Sud - 3,1 trilioane mesaje (+81,2%)
5. Turcia - 2,6 trilioane mesaje (-31,3%)
6. Vietnam - 2,5 trilioane mesaje (+367,7%)
7. China - 2,4 trilioane mesaje (-24,3%)
8. Polonia - 2,4 trilioane mesaje (+43,4%)
9. Rusia - 2,3 trilioane mesaje (-38,2%)
10. Argentina - 1,5 trilioane mesaje (+16%)



\* Potrivit Raportului anual de securitate on line realizat de Cisco

\*\* 1 din 6 mesaje electronice de tip spam este trimis din SUA

- 85% din traficul de mail din prima jumătate a anului 2009, la nivel global, a fost spam
- Volumul de spam la nivel mondial estimat ca in 2010 va crește cu 30-40% mai mult decât in 2009



Nestor Nestor Diculescu Kingston Petersen  
SOCIETATE CIVILĂ DE AVOCAȚI

## 4. SANCTIUNI



Autoritati competente:

- Ministerul Comunicatiilor si Tehnologiei Informatiei (MCTI)\* - plangeri formularul - [www.e-frauda.ro](http://www.e-frauda.ro)
  - Autoritate Nationala de Supraveghere a Prelucrării Datelor cu Caracter Personal (ANSPDCP) –petitie - [www.dataprotection.ro](http://www.dataprotection.ro)
- \* Autoritatea pentru comunicatii – ANCOM, competenta pana in martie 2009

Legea nr.365/2002 – contravenție - amenda de la 1.000 lei - 50.000 lei

Legea nr. 506/2004 – contravenție - amenda **5.000 lei - 10.000 lei** + pentru o cifra de afaceri de > 5.000.000 lei, amenda in cuantum de pana la **2%** din cifra de afaceri

Alte sanctiuni - introducerea pe o lista neagra a caror e-mail-uri sunt respinse automat / publicitate negativa pe diverse forumuri, liste de discutii sau bloguri

Cele mai mari amenzi au fost aplicate in Tarile de Jos (1.000.000 euro), Italia (570.000 euro) si Spania (30.000 euro); in Romania, Irlanda si Letonia - autorii de spam au primit insa amenzi modeste; China si SUA prevad pedeapsa cu inchisoarea pentru trimiterea de spam