WPHI Hadze 1 sierpnia 2013 r.

**REGUŁY DOTYCZĄCE KORESPONDENCJI O CHARAKTERZE KOMERCYJNYM**

**Zasady ogólne**

Reguły dotyczące korespondencji elektronicznej o charakterze komercyjnym obowiązujące
w Królestwie Niderlandów zawarte są w ustawie o telefonii (*hol. Wet Telecommunicatie)*z dn. 19 października 1998 r., wraz z późniejszymi poprawkami. Szczególnie ważna w tym przypadku jest nowelizacja ustawy obowiązująca od 1 października 2009 r. która rozszerza zasady regulujące kwestie elektronicznej korespondencji handlowej także na komunikację między firmami.

Do czasu nowelizacji reguły przedstawione poniżej obowiązywały wyłącznie firmy komunikujące się z osobami fizycznymi (w tym przedsiębiorcami prowadzącymi działalność jednoosobową.)

5 czerwca 2012 r. weszła w życie kolejna nowelizacja ustawy, regulująca między innymi kwestię plików cookie. Ustawa *Wet Telecomunicatie* obowiązuje wszystkie podmioty wysyłające treści reklamowe na adresy w zarejestrowane w Królestwie Niderlandów.

**Co obejmuje korespondencja elektroniczna**

W rozumieniu ustawy *Wet Telecommunicatie* handlowakorespondencja elektroniczna obejmuje:

* wysyłanie ofert i reklam drogą mailową,
* wysyłanie ofert i reklam faksem,
* wysyłanie ofert i reklam przy pomocy portali społecznościowych
* newslettery elektroniczne,
* smsy, wiadomości przesyłane przez czaty

Niejasny status posiadają informacje prasowe oraz opracowania naukowe wysyłane przez firmy drogą elektroniczną, gdyż często zawierają one informacje komercyjne i w takim przypadku najczęściej kwalifikowane są jako korespondencja elektroniczna o charakterze komercyjnym.

Dozwolone jest wysyłanie ofert i treści reklamowych pocztą tradycyjną.

**Firmy zainteresowane przesyłaniem ofert handlowych i reklam, czy też ogólną promocją swojej firmy drogą elektroniczną muszą uzyskać zgodę od adresata danej wiadomości ma przesyłanie treści handlowych.** Zgoda adresata musi być wyraźnie przekazana zainteresowanej firmie, np. przez formularz internetowy. Brak informacji zwrotnej od adresata, czy też informacja ogólna „Wyrażam zgodę na użytkowanie mojego adresu do przekazywania treści marketingowych”  nie oznacza zgody na otrzymywanie treści handlowych.

Wysyłając treści marketingowe nadawca powinien:

* podać nazwę firmy oraz prawdziwe i pełne dane kontaktowe
* w przesyłanych newsletterach musi istnieć możliwość wycofania zgodny na jego przesyłanie
* reklama przesyłana to adresatów musi być wyraźnie rozpoznawalna jako narzędzie marketingowe
* nadawcy treści reklamowych nie powinni  rozpowszechniać treści reklamowych temat innych firm/instytucji w swoich materiałach reklamowych (brak zgody adresata na otrzymywanie informacji o firmie trzeciej)

Firmy wysyłające zapytanie o zgodę na otrzymywanie treści handlowych do wybranych adresatów powinny jak najdokładniej określić w jakich celach zamierzają używać danego adresu (np. przesyłanie newslettera, przekazywanie informacji o nowych produktach itp.) Osoba do której adresowany jest dany mail powinna mieć możliwość wyboru różnych opcji. Nie należy wysyłać formularzy z zaznaczonymi odpowiedziami.

Firmy nie mogą wysyłać informacji handlowych na podstawie sformułowań zawartych w ogólnych warunkach świadczenia usług. Również w tym przypadku, tylko wyraźna zgoda adresata na otrzymywanie treści reklamowych uprawnia  je do takiego działania.

**Wyjątki**

* informacje prasowe można przesyłać bez pytania o pozwolenie na specjalnie do tego stworzone adresy e-mailowe firm (persberichten@firma.nl).  Niedozwolone jest przesyłanie treści reklamowych na adresy ogólne typu info@firma.nl  opublikowane na stronach internetowych
* treści reklamowe bez wcześniejszego pytania o zgodę można przesyłać dotychczasowym klientom (osobom które dokonały zakupu produktów lub usług, nawet jeżeli były one darmowe, z kategorii tej wyłączone są firmy/osoby które zasięgały informacji o produktach lub wysłały zapytanie ofertowe. Mogą one jednak dotyczyć tylko i wyłącznie podobnych usług i produktów.) Maile zawierające reklamy muszą zawierać dobrze widoczny link służący adresatom do  usuwania własnego adresu z listy adresatów tego typu maili).
* wszystkie reguły w zakresie korespondencji elektronicznej dotyczą również przesyłania ofert faksem.

**Kontakt telefoniczny**

Reklama przez telefon nie jest obwarowana tak licznymi zakazami. Przed rozpoczęciem działań tego typu należy jednak sprawdzić czy wybrani abonenci nie znajdują się w rejestrze „Bel-me-niet-register” (<https://www.bel-me-niet.nl/> rejestr dla osób fizycznych, także prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą) . Rejestr ten to lista osób, które nie życzą rozmów telefonicznych o charakterze reklamowym.

 **Kontrola przestrzegania zasad**

Instytucją odpowiedzialną za kontrolę przestrzegania powyższych reguł jest ACM OPTA (hol. Autoriteit Consumenten en Markten <https://www.acm.nl/nl/> ). Kary finansowe dla firm, które nie przestrzegają reguł zapisanych w ustawie *Wet Telecommunicatie* mogą wynosić do 450 tysięcy euro.

Zgromadzone informacje pochodzą z portal ICT Recht.

źródło: <https://ictrecht.nl/factsheets/regels-rond-commerciele-communicatie/>

Oprac. M.Keizer, WPHI w Hadze

Powyższa informacja nie stanowi porady prawnej i ma wyłącznie charakter informacyjny. Wydział Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Hadze nie ponosi odpowiedzialności z tytułu ewentualnych szkód poniesionych w wyniku działań podjętych na podstawie powyższych informacji.