

Standarde si recomandari IAB Romania privind marketingul prin email

(varianta extinsa)

Scop

Asociatia IAB Romania isi propune prin intermediul acestui document standardizarea, acolo unde e posibil, si recomandarea celor mai bune practici in domeniul marketingului prin email, pentru a ajuta publisherii, clientii si agentiile cu activitate pe internet in Romania sa obtina cele mai bune rezultate in marketingul prin email, sa faciliteze luarea celor mai bune decizii in initierea de astfel de activitati si sa arate cum pot fi eliminate riscurile acestora. In plus, Asociatia IAB Romania isi propune prin acest document sa creeze si un set de definitii standard privind conceptele si notiunile utilizate in descrierea activitatii de marketing prin email.

Structura

Documentul detaliaza principalele activitati de marketing prin email din Romania si precizeaza, unde e nevoie, care sunt standardele si recomandarile IAB Romania. La finalul acestui document veti gasi definitiile propuse de IAB Romania pentru termeni folositi in mod curent descrierea activitatii de marketing prin email, precum si o anexa cuprinzand legislatia care reglementeaza aceasta activitate, in vigoare la momentul redactarii acestuia (decembrie 2007).

Acest document este o varianta a setului de standarde reunit sub titlul „Email marketing pledge”, adoptat de IAB US, adaptat la realitatile si nevoile pietei de internet din Romania si prezentat in cadrul AGA IAB Romania din decembrie 2007.

Structura abordata isi propune sa ofere standarde si recomandari pentru fiecare din etapele activitatilor de marketing prin email, pentru a ajuta responsabilii de marketing din companii sau alti profesionisti implicati in activitati de marketing prin email sa ia deciziile corecte la fiecare pas.

La realizarea acestui document au participat si companii membre ale IAB Romania specializate in marketing prin email: White Image si Kinecto.

Continut

Marketing prin email – subdomeniu al marketingului pe internet care presupune :

- I. **Trimiterea de mesaje comerciale prin email** (newslettere, alerte, emailuri promotionale)
- II. **Achizitionarea de publicitate in instrumente deja existente** de marketing prin email (publicitate in newslettere, sau trimiterea emailuri comerciale catre utilizatorii unui site sau ai unui serviciu)

Pentru scopul acestui document, vom trata fiecare din aceste activitati individual.

- I. Trimiterea de mesaje comerciale prin email (newslettere, alerte, emailuri promotionale) are urmatoarele componente:

Asociatia IAB Romania – www.iab-romania.ro

1. Construirea listei(a bazei de date) de destinatari
2. Managementul listei(a bazei de date) de destinatari
3. Continutul mesajelor comerciale
4. Precizari privind mesajele nesolicitate

1. Standarde si recomandari privind construirea listei(a bazei de date) de destinatari pentru email marketing

Standarde:

1.1 Aceasta lista trebuie construita exclusiv din persoane care:

- i. **Au deja o relatie de afaceri cu compania respectiva** (a se vedea anexa cu situatia acoperita de legislatia din Romania, precum si definitia expresiei „relatie de afaceri” valabila pentru acest document)
- ii. Si-au exprimat deja **consimtamantul informat(definit in sectiunea „Definitii” a acestui document)** pentru a primi mesaje comerciale din partea companiei respective

1.2 Este exclusa, in randul membrilor IAB Romania, colectarea adreselor de email prin intermediul unor metode clandestine (e.g. scraping sau harvesting). De asemenea, este exclusa comercializarea (achizitionarea sau vinderea) de liste de emailuri care au fost colectate prin aceste metode.

1.3 In cazul mecanismelor de abonare online, link-ul catre politica de confidentialitate a companiei care administreaza website-ul trebuie sa fie prezent in pagina de inregistrare/de abonare, impreuna cu un mecanism care sa ceara o actiune din partea consumatorului ca accept al politicii privind datele cu caracter personal.

Recomandari:

1.4 Construirea unei liste proprii de destinatari, fie manual, pe masura ce activitatea companiei permite dezvoltarea de relatii de afaceri si exprimarea consimtamantului partenerilor pentru a primi mesaje comerciale din partea companiei respective, fie automat, prin includerea unor mecanisme de abonare pe website-urile companiei respective, sau prin co-inregistrare pe alte website-uri.

1.5 In cazul co-inregistrarii, posibilitatea abonarii la mai multe liste trebuie anuntata si in paginile de inscriere si in politica de confidentialitate a site-ului pe care se realizeaza co-inregistrarea.

1.6 **Asociatia IAB Romania recomanda ca practica de excelenta obtinerea consimtamantului informat pentru email marketing prin forma „Double Opt-in” (vezi definitia consimtamantului informat pentru detalii)**

1.7 Orice tentativa de comercializare (achizitionare sau vindere) de liste de emailuri care au fost colectate prin metode clandestine ar trebui anuntata in cel mai scurt timp de la descoperire catre Centrul de Resurse si Sesizari al IAB Romania.

Nota: Pe langa recomandarile IAB Romania, orice companie care doreste sa isi construiasca o baza de date cu date personale ale unor clienti, parteneri, sau utilizatori, trebuie sa respecte legislatia in vigoare (gasiti in anexa la acest document legile si normele care reglementeaza comunicarea comerciala prin email), precum si sa se inregistreze ca operator de date personale sau sa lucreze cu o companie deja inregistrata pentru aceasta activitate. Detalii pe www.dataprotection.ro.

2. Standarde si recomandari privind managementul listei(a bazei de date) de destinatari

Standarde:

- 2.1 Fiecare email comercial trebuie sa includa posibilitatea destinatarului de se dezabona de la aceste emailuri in viitor.
- 2.2 Dezabonarea de la orice comunicare automata prin email (direct mailing, newsletter, etc) trebuie sa fie automata, sa nu necesite o actiune umana din partea companiei care administreaza website-urile sau listele.
- 2.3 Fiecare email comercial trebuie sa aiba datele de identificare ale expeditorului. (cf legii 365/2002)

Recomandare

2.4 Mecanismele de dezabonare, precum si ulterioarele actualizari ale listelor, ar trebui sa prevada urmatoarele situatii:

- Management al dezabonarilor pentru a nu introduce din nou in liste o adresa de email deja dezabonata
- Optiuni la dezabonare pentru utilizatorii website-urilor, in functie de specificul acestora si a comunicarii prin email oferita utilizatorilor (newslettere unice sau multiple, alerte, emailuri comerciale - direct mailing)

3. Continutul mesajelor comerciale

Recomandari:

3.1 Emailurile comerciale nu ar trebui sa contina informatii voit inselatoare, false ori inexacte la campurile expeditor, subiect sau continut al mesajului. Subiectul mesajului nu trebuie sa fie inselator, raportat la continutul si scopul mesajului.

3.2 In campaniile de direct mailing, ar trebui precizata legatura cu site-ul de origine(in campul „Sender”) si justificarea acelei trimiteri, care trebuie sa fie vizibila si clara(de ex: explicatie in footer-ul mesajului)

4. Precizare privind mesajele nesolicitate: Membrii Asociatiei IAB Romania consimt sa nu trimita emailuri comerciale nesolicitate sub nici o forma, sa dezaprobe public trimiteri de emailuri comerciale nesolicitate ale altor companii, si sa recomande tuturor partenerilor lor aceasta directie.

5. Recomandare pentru achizitionarea de publicitate in instrumente deja existente de marketing prin email (publicitate in newslettere, sau trimiterea de emailuri comerciale catre utilizatorii unui site sau ai unui serviciu)

Recomandare:

5.1 In cazul in care derulati astfel de activitati, va recomandam sa va asigurati ca partenerii sau furnizorii cu care lucrati respecta standardele si folosesc recomandarile precizate in acest document, in cazul in care acestia nu sunt membri ai Asociatiei IAB Romania.

Asociatia IAB Romania, decembrie 2007.

DEFINITII privind marketingul prin email

Email comercial: Conform Art 1 pct. 8 din Legea comertului electronic” - Legea 365/2002, comunicare comercială - orice formă de comunicare destinată să promoveze, direct sau indirect, produsele, serviciile, imaginea, numele ori denumirea, firma sau emblema unui comerciant ori membru al unei profesii reglementate; nu constituie prin ele însele comunicări comerciale următoarele: informațiile permitând accesul direct la activitatea unei persoane fizice sau juridice, în special pe nume de domeniu sau o adresă de poștă electronică, comunicările legate de produsele, serviciile, imaginea, numele ori mărcile unei persoane fizice sau juridice, efectuate de un tert independent față de persoana în cauză, mai ales atunci când sunt realizate cu titlu gratuit;

Relatie de afaceri: o relatie intre expeditorul unui mesaj tip email si destinatarul acestuia. Aceasta relatie poate fi creata prin facilitarea sau incheierea unei legaturi comerciale intre expeditor si destinatar. O relatie de afaceri poate, de asemenea, fi creata printr-o corespondenta prealabila initiata de o persoana, prin care se solicita informatii, raspunsuri la chestionare si sondaje, raspunsuri la loterii si concursuri sau contacte offline, cu conditia ca, in momentul contactului, sa li se solicite viitorilor destinatari permisiunea de a primi mesaje comerciale prin email, pentru obtinerea unui consimtamant informat.

Pentru detalii, va rugam sa consultati extrasul din **Legea privind prelucrarea datelor cu caracter personal si protectia vietii private in sectorul comunicatiilor electronice(Numarul 506/2004)**”, cuprins intr-o anexa la acest document.

Consimtamantul informat: Un mecanism prin intermediul caruia o persoana este informata clar si in totalitate asupra modului in care se colecteaza si utilizeaza adresa sa de email, si care ii permite sa isi exprime consimtamantul, anterior colectarii si utilizarii adresei sale de email. Consimtamantul informat se poate obtine in una dintre urmatoarele forme:

Opt-in: la momentul la care se realizeaza colectarea adresei de email, persoana a fost de acord ca adresa sa de email sa fie inclusa intr-o lista de destinatari ai unor emailuri comerciale. Nu se trimite nici un email de confirmare a inscrierii, iar titularul emailului nu trebuie sa mai intreprinda nicio actiune pentru a fi inclus in lista de emailuri.

Confirmed Opt-in: la momentul la care se realizeaza colectarea adresei de email, persoana a cerut sa fie inclusa pe o lista a destinatarilor unor emailuri comerciale. Ca urmare a acestei solicitari, titularul emailului primeste un email care il notifica cu privire la includerea adresei sale de email pe aceasta lista. Titularul emailului nu trebuie sa mai intreprinda nicio actiune pentru a fi inclus in lista de emailuri.

Double Opt-in: la momentul la care se realizeaza colectarea adresei de email, persoana a cerut sa fie inclusa pe o lista a destinatarilor unor emailuri comerciale. Ca urmare a acestei solicitari, titularul

Asociatia IAB Romania – www.iab-romania.ro

emailului primeste un email care il notifica cu privire la actiunile pe care trebuie sa le intreprinda inainte ca adresa sa de email sa fie inclusa in lista de emailuri. In cazul in care acesta nu initiaza niciuna din actiunile respective, nu este inclus in aceasta lista.

Dezabonare: Un mecanism prin care o persoana poate cere sa nu mai primeasca emailuri comerciale pe o anumita adresa de email de la o anumita companie sau de la un anumit serviciu sau website.

Email comercial nesolicitat: email comercial trimis fara ca anterior sa fie existat o relatie de afaceri cu destinatarul sau fara ca destinatarul sa isi fi comunicat anterior consimtamantul cu privire la primirea de mesaje comerciale.

Anexa

Cuprinde extrase din următoarele legi și norme care fac referire la comunicări comerciale și comunicarea prin email:

1. Extras din „Legea comerțului electronic” - Legea 365/2002 cu modificările aduse prin legea 121/2006
2. Hotărâre nr. 1308 din 11/20/2002 pentru aprobarea Normelor metodologice pentru aplicarea Legii 365/2002 privind comerțul electronic
3. Ordonanța privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță - Textul Ordonanței Guvernului 130/2002 cu modificările aduse prin Legea 51/2003
4. Legea privind prelucrarea datelor cu caracter personal și protecția vieții private în sectorul comunicațiilor electronice

1. Extras din „Legea comerțului electronic” - Legea 365/2002 - cu modificările aduse prin legea 121/2006

(art. 1 pct. 8, Art. 6)

Art 1 pct. 8. comunicare comercială - orice formă de comunicare destinată să promoveze, direct sau indirect, produsele, serviciile, imaginea, numele ori denumirea, firma sau emblema unui comerciant ori membru al unei profesii reglementate; nu constituie prin ele însele comunicări comerciale următoarele: informațiile permitând accesul direct la activitatea unei persoane fizice sau juridice, în special pe nume de domeniu sau o adresă de poștă electronică, comunicările legate de produsele, serviciile, imaginea, numele ori mărcile unei persoane fizice sau juridice, efectuate de un tert independent față de persoana în cauză, mai ales atunci când sunt realizate cu titlu gratuit;

Art. 6: Comunicările comerciale

(1) Efectuarea de comunicări comerciale prin posta electronică este interzisă, cu excepția cazului în care destinatarul și-a exprimat în prealabil consimțământul expres pentru a primi asemenea comunicări.

(2) Comunicările comerciale care constituie un serviciu al societății informaționale sau o parte a acestuia, în măsura în care sunt permise, trebuie să respecte cel puțin următoarele condiții:

- a) să fie clar identificabile ca atare;
- b) persoana fizică sau juridică în numele căreia sunt făcute să fie clar identificată;
- c) ofertele promotionale, precum reducerile, premiile și cadourile, să fie clar identificabile, iar condițiile care trebuie îndeplinite pentru obținerea lor să fie ușor accesibile și clar prezentate;
- d) competițiile și jocurile promotionale să fie clar identificabile ca atare, iar condițiile de participare să fie ușor accesibile și clar prezentate;
- e) orice alte condiții impuse prin dispozițiile legale în vigoare.

(3) Comunicările comerciale care constituie un serviciu al societății informaționale sau o parte a acestuia, atunci când acest serviciu este furnizat de un membru al unei profesii reglementate, sunt permise sub condiția respectării dispozițiilor legale și a reglementărilor aplicabile profesiei respective, care privesc, în special,

Asociatia IAB Romania – www.iab-romania.ro

independenta, demnitatea si onoarea profesiei, secretul profesional si corectitudinea față de clienti si față de ceilalti membri ai profesiei.

(4) Furnizorii de servicii ale societății informationale care efectuează comunicări comerciale au obligatia de a respecta prevederile alin. (1)-(3).

Art. 18: Coduri de conduită

(1) Asociatiile si organizatiile neguvernamentale cu caracter profesional ori comercial sau cele constituite în scopul protectiei consumatorilor, a minorilor ori a persoanelor cu handicap își pot elabora propriile coduri de conduită sau coduri comune cu Autoritatea si Ministerul Justitiei, în vederea aplicării corespunzătoare a prevederilor prezentei legi.

2. Hotarire nr. 1308 din 11/20/2002 pentru aprobarea Normelor metodologice pentru aplicarea Legii 365/2002 privind comertul electronic

CAPITOLUL II - Comunicarile comerciale

Art. 7.

(1) Este interzisa efectuarea de comunicari comerciale prin posta electronica, cu exceptia cazului in care destinatarul si-a exprimat in prealabil consimtamantul expres pentru a primi asemenea comunicari.

(2) Consimtamantul prevazut la alin. (1) poate fi obtinut in orice forma si poate fi probat cu orice mijloc de proba. Sarcina probei revine furnizorului de servicii.

(3) Consimtamantul comunicat printr-un mesaj transmis prin posta electronica este valabil exprimat daca sunt indeplinite cumulativ urmatoarele conditii:

a) este expedit din cutia postala in care destinatarul doreste sa primeasca comunicari comerciale;

b) subiectul mesajului este format din concatenarea textului "ACCEPT COMUNICARI COMERCIALE DIN PARTEA", scris cu majuscule, si numele sau denumirea persoanei in numele careia se vor transmite comunicari comerciale.

Art. 8.

(1) Subiectul mesajelor transmise prin posta electronica, care constituie comunicari comerciale, trebuie sa inceapa cu cuvantul "PUBLICITATE" scris cu majuscule.

(2) Comunicarile comerciale trebuie sa cuprinda cel putin urmatoarele informatii referitoare la persoana in numele careia sunt facute:

a) numele sau denumirea completa;

b) codul numeric personal sau codul unic de inregistrare, dupa caz;

c) domiciliul sau sediul;

d) numerele de telefon si fax;

e) adresa de posta electronica.

Art. 9.

(1) Destinatarul comunicariilor comerciale are dreptul de a-si revoca consimtamantul de a primi asemenea comunicari prin simpla notificare a furnizorului.

(2) Furnizorul are obligatia de a implementa o procedura gratuita, accesibila inclusiv prin mijloace electronice, prin care destinatarul sa poata sa isi revoce consimtamantul.

(3) Revocarea consimtamantului prin mijloace electronice trebuie sa-si produca efectele in cel mult 48 de ore de la initierea procedurii.

(4) Furnizorul trebuie sa faca publica procedura prevazuta la alin. (2) pe pagina proprie de Internet si in cadrul mesajelor care contin comunicari comerciale.

3. Ordonanta privind protectia consumatorilor la incheierea si executarea contractelor la distanta Textul Ordonantei Guvernului 130/2002 cu modificarile aduse prin Legea 51/2003

CAPITOLUL IV

Limitari privind utilizarea anumitor tehnici de comunicatie la distanta

Art. 15. - Urmatoarele tehnici de comunicatie la distanta necesita acordul prealabil al consumatorului:

- a) sistem automatizat de apel fara interventie umana (automat de apel);
- b) telecopiator (fax)
- c) adresa de posta electronica (e-mail)

Art. 16. - Utilizarea altor tehnici de comunicatie individuala la distanta in afara celor prevazute la art. 15 nu este permisa daca exista un refuz manifestat de consumator.

- 4. **Legea privind prelucrarea datelor cu caracter personal si protectia vietii private in sectorul comunicatiilor electronice(Numarul 506/2004)”,** care precizeaza legalitatea efectuarii de comunicari oficiale pe baza unei relatii de afaceri cu o persoana fizica sau juridica

Articolul 12 – Comunicarile nesolicitate

(1) Este interzisa 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, cu exceptia cazului in care abonatul vizat si-a exprimat in prealabil consimtamantul expres pentru a primi asemenea comunicari.

(2) Fara a aduce atingere prevederilor alin.(1), daca o persoana fizica sau juridica obtine in mod direct adresa de posta electronica a unui client, cu ocazia vanzarii catre acesta a unui produs sau serviciu, in conformitate cu prevederile Legii nr.677/2001 pentru protectia persoanelor cu privire la prelucrarea datelor cu caracter personal si libera circulatie a acestor date, persoana fizica sau juridica in cauza poate utiliza adresa respectiva, in scopul efectuarii de comunicari comerciale referitoare la produse sau servicii similare pe care acea persoana le comercializeaza, cu conditia de a oferi in mod clar si expres clientilor posibilitatea de a se opune printr-un mijloc simplu si gratuit unei asemenea utilizari, atat la obtinerea adresei de posta electronica, cat si cu ocazia fiecarui mesaj, in cazul in care clientul nu s-a opus initial.

(3) in toate cazurile, este interzisa efectuarea prin posta electronica de comunicari comerciale in care identitatea reala a persoanei in numele si pe seama careia sunt facute este ascunsa sau in care nu se specifica o adresa valabila la care destinatarul sa poata transmite solicitarea sa referitoare la incetarea efectuarii unor asemenea comunicari.

(4) Prevederile alin.(1) si (3) se aplica in mod corespunzator si abonatilor persoane juridice.