

## Standarde si recomandari IAB Romania privind marketingul prin email (varianta restransa+ definitii)

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 **Asociata 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.

Asociatia IAB Romania – [www.iab-romania.ro](http://www.iab-romania.ro)

**Nota:** Pe langa recomandările IAB Romania, orice companie care dorește să își construiască o bază de date cu date personale ale unor clienți, parteneri, sau utilizatori, trebuie să respecte legislația în vigoare (gasiti in anexa la acest document legile și normele care reglementează comunicarea comercială prin email), precum și să se înregistreze ca operator de date personale sau să lucreze cu o companie deja înregistrată pentru această activitate. Detalii pe [www.dataprotection.ro](http://www.dataprotection.ro).

## 2. Standarde și recomandări privind managementul listei(a) bazei de date) de destinatari

### Standarde:

- 2.1 Fiecare email comercial trebuie să includă posibilitatea destinatarului de se dezabona de la aceste emailuri în viitor.
- 2.2 Dezabonarea de la orice comunicare automată prin email (direct mailing, newsletter, etc) trebuie să fie automată, să nu necesite o acțiune umană din partea companiei care administrează website-urile sau listele.
- 2.3 Fiecare email comercial trebuie să aibă datele de identificare ale expeditorului. (cf legii 365/2002)

### Recomandare

2.4 Mecanismele de dezabonare, precum și ulterioarele actualizări ale listelor, ar trebui să prevadă următoarele situații:

- Management al dezabonarilor pentru a nu introduce din nou în liste o adresă de email deja dezabonată
- Opțiuni la dezabonare pentru utilizatorii website-urilor, în funcție de specificul acestora și a comunicării prin email oferită utilizatorilor (newslettere unice sau multiple, alerte, emailuri comerciale - direct mailing)

## 3. Continutul mesajelor comerciale

### Recomandări:

3.1 Emailurile comerciale nu ar trebui să conțină informații voită înșelătoare, false ori inexacte la câmpurile expeditor, subiect sau conținut al mesajului. Subiectul mesajului nu trebuie să fie înșelător, raportat la conținutul și scopul mesajului.

3.2 În campaniile de direct mailing, ar trebui precizată legătura cu site-ul de origine (în câmpul „Sender”) și justificarea acelei trimiteri, care trebuie să fie vizibilă și clară (de ex: explicație în footer-ul mesajului)

**4. Precizare privind mesajele nesolicitate: Membrii Asociației IAB Romania consimt să nu trimită emailuri comerciale nesolicitate sub nici o formă, să dezaprobe public trimiteri de emailuri comerciale nesolicitate ale altor companii, și să recomande tuturor partenerilor lor această direcție.**

5. Recomandare pentru 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)

## **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 recomandările 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: informatiile permitând accesul direct la activitatea unei persoane fizice sau juridice, în special pe nume de domeniu sau o adresă de poştă electronică, comunicările legate de produsele, serviciile, imaginea, numele ori mărcile unei persoane fizice sau juridice, efectuate de un tert independent fată 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 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.