



00065/2010/RO
GL 174

**Avizul 4/2010 privind Codul de conduită european al FEDMA pentru utilizarea
datelor cu caracter personal în cadrul marketingului direct**

Adoptat la 13 iulie 2010

Acest grup de lucru a fost constituit în conformitate cu articolul 29 din Directiva 95/46/CE. Este un organism consultativ european independent în domeniul protecției datelor și respectării vieții private. Sarcinile acestuia sunt definite la articolul 30 din Directiva 95/46/CE și la articolul 15 din Directiva 2002/58/CE.

Secretariatul este asigurat de către Direcția C (Drepturi fundamentale și cetățenia Uniunii Europene) a Comisiei Europene, Direcția Generală Justiție, B-1049 Bruxelles, Belgia, Biroul nr. LX-46 01/190.

Site web: http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/index_en.htm

GRUPUL DE LUCRU PENTRU PROTECȚIA PERSOANELOR ÎN CEEA CE PRIVEȘTE PRELUCRAREA DATELOR CU CARACTER PERSONAL

instituit prin Directiva 95/46/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 24 octombrie 1995¹,

având în vedere articolele 29 și 30 alineatul 1 litera (d) din respectiva directivă,

având în vedere regulamentul său de procedură și, în special, articolele 12 și 14,

adoaptă prezentul aviz:

1. INTRODUCERE

Articolul 27 alineatul 3 din directivă se referă la codurile de conduită comunitare după cum urmează: *Proiectele de coduri comunitare și modificările sau prorogările codurilor comunitare existente pot fi prezentate grupului de lucru prevăzut în articolul 29. Grupul de lucru se pronunță, printre altele, asupra conformității proiectelor prezentate cu dispozițiile de drept intern adoptate în temeiul prezentei directive. Dacă apreciază că este cazul, autoritatea colectează observațiile persoanelor vizate sau ale reprezentanților lor. Comisia poate asigura o publicitate adecvată pentru codurile care au fost aprobate de grupul de lucru.*

Pentru a facilita aplicarea acestei dispoziții, grupul de lucru a adoptat în septembrie 1998 un document care clarifică procedura pe care trebuie să o urmeze părțile interesate în vederea prezentării codurilor de conduită comunitare și în scopul evaluării lor ulterioare de către grupul de lucru, în conformitate cu articolele 27 și 29 din Directiva 95/46/CE². Prezentul document reprezintă un rezumat al etapelor procedurale de bază care trebuie urmate în acest context.

În iunie 2003, grupul de lucru a adoptat un aviz privind Codul de conduită european al FEDMA pentru utilizarea datelor cu caracter personal în cadrul marketingului direct. Acest cod este în conformitate cu articolul 27 din directiva privind protecția datelor și oferă o valoare adăugată satisfăcătoare directivei, fiind suficient de concentrat pe chestiunile și problemele specifice legate de protecția datelor în sectorul marketingului direct și oferind soluții suficient de clare cu privire la chestiunile și problemele existente³. Grupul de lucru a considerat că, în consecință, acesta respectă normele stabilite la articolul 27 din directivă.

Cu toate acestea, grupul de lucru a subliniat faptul că un asemenea cod general nu poate, prin definiție, să rezolve toate problemele specifice inerente în mediul online și, în consecință, invită FEDMA să elaboreze o anexă la prezentul cod care să clarifice aceste aspecte. Această anexă ar trebui să abordeze, în special, protecția copiilor, care sunt deosebit de vulnerabili în contextul online, așa cum se subliniază în contribuția BEUC (Organizația Europeană a Consumatorilor) care a fost consultată de către grupul de lucru.

¹ Jurnalul Oficial nr. L 281 din 23.11.1995, p. 31, disponibil la:

http://europa.eu.int/comm/internal_market/privacy/law_en.htm.

² Lucrări viitoare vizând codurile de conduită: Document de lucru privind procedurile pentru examinarea codurilor de conduită comunitare de către grupul de lucru, adoptat la 10 septembrie 1998, GL 13.

³ Avizul 3/2003, documentul GL 77, disponibil la:

http://ec.europa.eu/justice_home/fsj/privacy/docs/wpdocs/2003/wp77_en.pdf.

Prin scrisoarea din 16 decembrie 2005, FEDMA a înaintat grupului de lucru prevăzut la articolul 29 un document conținând o „Anexă la codul pentru protecția datelor și marketingul direct” (denumită în continuare „anexa”). Conform FEDMA, anexa este elaborată pentru a aborda preocupările specifice pe care le presupune marketingul online. La fel ca în cazul codului FEDMA, scopul acesteia nu este nici de a înlocui sau a interveni în vreun fel în legislația națională, nici de a se aventura în domenii care nu sunt reglementate, la ora actuală, de legislația UE. Anexa își propune să pună la dispoziția comercianților transfrontalieri orientări privind comportamentul care trebuie adoptat în cadrul marketingului online.

Prin scrisoarea din 8 iunie 2006, președintele grupului de lucru prevăzut la articolul 29 a scris FEDMA și a oferit informații cu privire la observațiile exprimate de grupul de lucru prevăzut la articolul 29 pe marginea proiectului de anexă privind marketingul online. S-au formulat o serie de observații cu privire la diferite secțiuni ale documentului. Grupul de lucru prevăzut la articolul 29 a invitat FEDMA să ia în considerare observațiile atașate pentru a se asigura că această anexă reflectă mai bine standardele de protecție a datelor stabilite prin Directivele 95/46/CE și 2002/58/CE și normele naționale de punere în aplicare a acestora.

La data de 7 iunie 2007, directorul general al FEDMA a înaintat grupului de lucru prevăzut la articolul 29 o versiune revizuită a anexei la codul de conduită privind marketingul online. Noul text a fost reprezentat de un document revizuit în întregime, care urmează structura Codului general al FEDMA din 2003, aprobat de către grupul de lucru prevăzut la articolul 29 (GL 77).

Subgrupul ad-hoc al grupului de lucru prevăzut la articolul 29, responsabil de codul de conduită, s-a reunit de mai multe ori pentru a examina documentele prezentate de către FEDMA. De asemenea, acesta s-a întrunit cu FEDMA cu scopul de a discuta despre anexa privind marketingul online pentru a obține lămuriri cu privire la diverse subiecte și chestiuni abordate de către cod.

După aceste întruniri, în februarie 2010, FEDMA a înaintat o nouă versiune a anexei privind marketingul online. La data de 25 mai 2010, președintele grupului de lucru prevăzut la articolul 29 a invitat FEDMA să abordeze un ultim aspect legat de regulile campaniilor de recrutare și recomandare „member-get-member” pentru a permite grupului de lucru prevăzut la articolul 29 să ia o decizie finală în ceea ce privește conformitatea anexei la cod privind mediul online cu Directiva 95/46/CE și cu Directiva 2002/58/CE în vigoare la ora actuală⁴.

În iunie 2010, FEDMA a trimis o versiune finală a anexei privind marketingul online, care este, în sfârșit, în conformitate cu Directiva 95/46/CE și oferă o valoare adăugată suficientă.

2. STRUCTURA ȘI CONȚINUTUL ANEXEI PRIVIND MARKETINGUL ONLINE

În ceea ce privește aspectul specific al marketingului prin e-mail, care reprezintă obiectul prezentei anexă privind marketingul online, aceasta poate îndeplini cele două criterii

⁴ Directiva 2002/58/CE a fost modificată prin Directiva 2009/136/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 25 noiembrie 2009. Directiva 2002/58 modificată trebuie pusă în aplicare până la 25 mai 2011 (JO L 337, 18.12.2009, pagina 11).

principale impuse de grupul de lucru pentru codurile de conduită europene prevăzut la articolul 29 în documentul său de lucru GL 13:

- un cod prezentat în temeiul articolului 27 din Directiva 95/46/CE trebuie să fie în conformitate cu directiva și cu normele naționale de punere în aplicare la nivel național;
- un cod prezentat trebuie să se caracterizeze printr-o calitate și o coerență internă satisfăcătoare și să furnizeze o valoare adăugată suficientă, respectiv, să se concentreze suficient asupra chestiunilor și a problemelor specifice legate de protecția datelor din sectorul sau organizația în cazul cărora se va aplica acest cod și să ofere soluții suficient de clare pentru problemele și chestiunile respective.

Deoarece codul privind marketingul online este o anexă la Codul de practică european în ceea ce privește utilizarea datelor cu caracter personal în cadrul marketingului direct, urmând a fi considerat complementar Codului FEDMA, grupul de lucru prevăzut la articolul 29 înțelege că dispozițiile Codului general al FEDMA se aplică *mutatis mutandis* și acestei anexe.

Structura anexei urmărește îndeaproape structura Codului general al FEDMA la care face referire și, sub acest aspect, completează codul în mod corespunzător.

- General: Definiții;
- Secțiunea 1: Legea aplicabilă;
- Secțiunea 2: Obținerea datelor cu caracter personal direct de la persoana vizată;
- Secțiunea 3: Obținerea datelor cu caracter personal din alte surse decât de la persoana vizată;
- Secțiunea 4: Sisteme de servicii preferențiale;
- Secțiunea 5: Politică privind protecția vieții private și utilizarea cookie-urilor;
- Secțiunea 6: Dispoziții specifice pentru protecția copiilor;
- Secțiunea 7: Dispoziții specifice privind practicile interzise;
- Anexă: Exemple de bune practici și practici inacceptabile în cadrul publicității online.

Conținutul anexei îmbunătățește calitatea documentului și clarifică diferitele aspecte pe care le abordează. Următoarele considerente pot ilustra valoarea adăugată a anexei:

Definiții

Lista de definiții a făcut obiectul unei revizuiri aprofundate și extinse. De exemplu, au fost incluse definiții pentru „comunicările comerciale nesolicitate”, „prelucrarea datelor cu caracter personal” și „consimțământ”. Această listă completează definițiile incluse deja în codul general.

Secțiunea 2: Obținerea datelor cu caracter personal direct de la persoana în cauză

Secțiunea 2 stabilește principiile generale pentru prelucrarea echitabilă a datelor și normele pe care trebuie să le respecte operatorul de date în conformitate cu Directiva 95/46/CE. Aceasta conține dispoziții specifice cu privire la colectarea datelor cu caracter personal de la consumatori (inclusiv a informațiilor care vor fi furnizate atât în cazul utilizării de către operatorul însuși, cât și în cazul divulgării datelor cu caracter personal ale persoanelor vizate către părți terțe) și a datelor cu caracter personal ale persoanelor juridice legate de servicii sau produse comerciale. Grupul de lucru prevăzut la articolul 29 salută cerința explicită potrivit căreia mesajele electronice comerciale trebuie să conțină informațiile necesare pentru a identifica în mod clar scopul comercial al

comunicării, precum și introducerea unei secțiuni vizând opțiunile de dezabonare, pentru a oferi destinatarului mesajelor care conțin comunicări comerciale o metodă simplă, eficientă, gratuită, directă și ușor accesibilă de a se dezabona de la primirea comunicărilor comerciale electronice. Destinatarul trebuie să aibă posibilitatea de a se dezabona fără a menționa motivul.

Secțiunea 3: Obținerea datelor cu caracter personal din alte surse decât de la persoana în cauză

Secțiunea 3 include cerințele pe care trebuie să le respecte operatorul în vederea furnizării de informații, în special cele care vizează consimțământul în cunoștință de cauză al persoanei la care se referă datele. Obligația comerciantului de a obține consimțământul persoanei vizate este, de asemenea, menționată în mod explicit în ceea ce privește serviciul de Host Mailings (găzduirea de liste de adrese). De asemenea, grupul de lucru prevăzut la articolul 29 se declară mulțumit de regulile privind campaniile de recrutare și recomandare „member-get-members”, după o clarificare a textului în scopul evitării interpretărilor juridice eronate (3.2.1.).

Secțiunea 4: Sisteme de servicii preferențiale

Grupul de lucru prevăzut la articolul 29 apreciază, în mod special, introducerea secțiunii 4 referitoare la sistemele de servicii preferențiale.

Secțiunea 5: Politica privind protecția vieții private și utilizarea cookie-urilor.

Această secțiune conține dispoziții privind, printre altele, accesibilitatea politicilor privind protecția vieții private care trebuie să cuprindă informații clare și complete despre orice cookie. Cadrul juridic al Directivei 2002/58/CE, astfel cum a fost modificată prin Directiva 2009/136/CE, care va fi aplicabilă începând cu 25 mai 2010, poate impune adaptarea acestei secțiuni în vederea alinierii cu directiva.

Secțiunea 6: Protecția copiilor

Dispozițiile fac referire la un regim stabilit în codul general al FEDMA în scopul protejării copiilor împotriva pericolelor noi și specifice din sectorul online. De exemplu, grupul de lucru prevăzut la articolul 29 salută dispoziția potrivit căreia, în lipsa unui consimțământ prealabil al reprezentantului legal, solicitarea de date sensibile, care dezvăluie originea rasială sau etnică, opiniile politice, convingerile filozofice sau religioase, apartenența sindicală sau prelucrarea datelor privind sănătatea sau viața sexuală a copilului ori situația sa financiară sau cea a oricărei părți terțe, precum părinții sau prietenii, este ilegală.

Secțiunea 7: Practici interzise

Această secțiune abordează în mod explicit practicile interzise care vizează colectarea automată a datelor și programele spyware. Grupul de lucru prevăzut la articolul 29 observă că secțiunile 5 și 7 din anexă sunt incluse în Directiva 2002/58, în special la articolul 5.3, astfel cum a fost modificată prin Directiva 2009/136/CE. Ambele secțiuni trebuie interpretate prin prisma orientărilor recente oferite de către grupul de lucru prevăzut la articolul 29 în avizul său privind publicitatea comportamentală online⁵.

Anexă: Bune practici și practici inacceptabile

⁵ Avizul 2/2010 privind publicitatea comportamentală online, adoptat la 22 iunie 200; documentul GL 171, disponibil la: http://ec.europa.eu/justice_home/fsj/privacy/docs/wpdocs/2010/wp171_en.pdf.

La final, includerea unei anexe care conține exemple de bune practici și practici inacceptabile în contextul publicității online reprezintă o valoare adăugată pentru punerea în practică a normelor.

3. CONCLUZIE

Grupul de lucru apreciază faptul că anexa privind marketingul online la Codul de conduită european al FEDMA în ceea ce privește utilizarea datelor cu caracter personal în cadrul marketingului direct este în conformitate cu Directiva 95/46/CE, cu Directiva 2002/58/CE aplicabilă la ora actuală și cu legislația națională în vigoare⁶. Anexa tratează un număr mare de aspecte semnificative din domeniul specific al sectorului online (de exemplu, campaniile de recrutare și recomandare „member-get-members”, protecția copiilor, opțiunile de dezabonare) și, în consecință, asigură o suficientă valoare adăugată directivelor, oferind soluții clare pentru întrebările apărute în sectorul marketingului online. Prin urmare, aceasta respectă cerințele stabilite prin articolul 27 din Directiva 95/46/CE. Cu toate acestea, punerea în aplicare a Directivei 2002/58/CE, astfel cum a fost modificată prin Directiva 2009/136/CE, în cadrul legislațiilor din statele membre poate necesita modificarea anexei, în special în ceea ce privește cookie-urile și programele spyware, pentru a fi în conformitate cu noile dispoziții. Grupul de lucru recomandă FEDMA să evalueze adaptările pe care le va necesita anexa la codul de conduită pentru a fi în conformitate cu cadrul juridic creat de Directiva 2002/58/CE, astfel cum a fost modificată prin Directiva 2009/136/CE, și normele naționale pentru punerea în aplicare a acesteia.

Pentru a se asigura că autoritățile naționale în domeniul protecției datelor sunt informate în mod corespunzător cu privire la funcționarea acestui cod în practică, Comitetul pentru protecția datelor al FEDMA va prezenta anual grupului de lucru un raport privind aplicarea codului. În cazul în care acest raport ridică semne de întrebare, grupul de lucru va contacta FEDMA pentru a discuta problemele existente.

Grupul de lucru încurajează FEDMA să promoveze în mod proactiv, în cadrul sectorului marketingului direct, această anexă la codul de conduită privind marketingul online, pentru a se asigura că persoanele la care se referă datele sunt suficient de informate despre existența și conținutul acesteia, și să continue să depună eforturi în acest domeniu pentru a ridica permanent standardul de protecție oferită persoanelor fizice. Grupul de lucru va acorda o atenție specială rapoartelor anuale privind aplicarea codului care vor fi înaintate de Comitetul pentru protecția datelor al FEDMA.

Anexă: textul anexei privind comunicările electronice de marketing direct la Codul de practică european în ceea ce privește utilizarea datelor cu caracter personal în cadrul marketingului direct (anexa privind marketingul direct online).

Adoptat la Bruxelles, la 13 iulie
2010

*Pentru grupul de lucru
Președintele
Jacob KOHNSTAMM*

⁶ Legislațiile naționale pot impune cerințe suplimentare.