

## Η αλήθεια γύρω από το email marketing και το spam

Το άρθρο αυτό απευθύνεται σε πελάτες και υποψήφιους πελάτες της cybertechtechnics αλλά και σε άλλους χρήστες εφαρμογών email marketing.

Με το άρθρο αυτό επιχειρούμε να σας ενημερώσουμε σχετικά με την ισχύουσα νομοθεσία και την ορθή χρήση της εφαρμογής email marketing ctMessenger™, ώστε να είστε νόμιμοι και να σέβεστε τους παραλήπτες στοιχείο που κατά τη γνώμη μας επιδρά στην αξία της ενέργειάς σας.

Ως πηγές έχουμε την Διεθνή την Ευρωπαϊκή αλλά κυρίως την Ελληνική νομοθεσία όπως αυτή εφαρμόζεται από την Αρχή προστασίας προσωπικών δεδομένων. Το αποτέλεσμα της έρευνάς μας δείχνει ότι ένα newsletter δεν είναι spam μόνο αν διαθέτει την εκ των προτέρων συγκατάθεση των παραληπτών, διαθέτει μια σειρά από υποχρεωτικά στοιχεία και υποστηρίζεται από μια εφαρμογή συμβατή με το standard RFC2369 όπως η ctMessenger™.

### Ποια είναι η ισχύουσα νομοθεσία

Στην Ελλάδα το spam ρυθμίζεται από το [αρ. 11 του Νόμου 3471/2006](#), ο οποίος ενσωμάτωσε στο για την προστασία των προσωπικών δεδομένων και της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών:

ΝΟΜΟΣ 3471/2006  
 Άρθρο 11  
 Μη ζητηθείσα επικοινωνία

1. Η χρησιμοποίηση αυτόματων συστημάτων κλήσης, ιδίως με χρήση συσκευών τηλεομοιοτυπίας (φαξ) ή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, και γενικότερα η πραγματοποίηση μη ζητηθεισών επικοινωνιών με οποιοδήποτε μέσο ηλεκτρονικής επικοινωνίας, με ή χωρίς ανθρώπινη παρέμβαση, για σκοπούς απευθείας εμπορικής προώθησης προϊόντων ή υπηρεσιών και για κάθε είδους διαφημιστικούς σκοπούς, **επιτρέπεται μόνο αν ο συνδρομητής συγκατατεθεί εκ των προτέρων ρητώς.**
2. Δεν επιτρέπεται η πραγματοποίηση μη ζητηθεισών επικοινωνιών για τους ανωτέρω σκοπούς, εφόσον ο συνδρομητής έχει δηλώσει προς τον φορέα παροχής διαθεσίμων στο κοινό υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών ότι δεν επιθυμεί γενικώς να δέχεται τέτοιες επικοινωνίες. Ο φορέας υποχρεούται να καταχωρίζει δωρεάν τις δηλώσεις αυτές σε ειδικό κατάλογο συνδρομητών, ο οποίος είναι στη διάθεση κάθε ενδιαφερομένου.
3. Τα στοιχεία επαφής ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που αποκτήθηκαν νομίμως, στο πλαίσιο της πώλησης προϊόντων ή υπηρεσιών ή άλλης

συναλλαγής, μπορούν να χρησιμοποιούνται για την απευθείας προώθηση παρόμοιων προϊόντων ή υπηρεσιών του προμηθευτή ή για την εξυπηρέτηση παρόμοιων σκοπών, ακόμη και όταν ο αποδέκτης του μηνύματος δεν έχει δώσει εκ των προτέρων τη συγκατάθεση του, υπό την προϋπόθεση ότι του παρέχεται κατά τρόπο σαφή και ευδιάκριτο η δυνατότητα να αντιτάσσεται, με εύκολο τρόπο και δωρεάν, στη συλλογή και χρησιμοποίηση των ηλεκτρονικών του στοιχείων, και αυτό σε κάθε μήνυμα σε περίπτωση που ο χρήστης αρχικά δεν είχε διαφωνήσει σε αυτή τη χρήση.

4. Απαγορεύεται η αποστολή μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, που έχουν σκοπό την άμεση εμπορική προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών, όταν δεν αναφέρεται ευδιάκριτα και σαφώς η ταυτότητα του αποστολέα ή του προσώπου προς όφελος του οποίου αποστέλλεται το μήνυμα, καθώς επίσης και η έγκυρη διεύθυνση στην οποία ο αποδέκτης του μηνύματος μπορεί να ζητεί τον τερματισμό της επικοινωνίας.
5. Οι ανωτέρω ρυθμίσεις ισχύουν και για τους συνδρομητές που είναι νομικά πρόσωπα.

Η αρχή προστασίας προσωπικών δεδομένων συμπληρώνει το άρθρο με την εξής ερμηνεία:

«Ὑπόμφωνα με την παρ. 1 του αρ. 11 "Μη ζητηθείσα επικοινωνία": Με άλλα λόγια, **κάθε ηλεκτρονικό μήνυμα που σας αποστέλλεται χωρίς την πρότερη ρητή συγκατάθεσή σας, δηλαδή κάθε μήνυμα spam, είναι παράνομο.** Το σύστημα αυτό είναι γνωστό στη διεθνή ορολογία ως σύστημα "opt-in".»

## Data Sheet:

Η αλήθεια γύρω από το email marketing και το spam



Ο νόμος 3471/2006 αποτελεί και συνέχεια του 2472/1997 ο οποίος στο άρθρο 11 αναφέρεται στο δικαίωμα ενημέρωσης των παραληπτών κατά το στάδιο της συλλογής δηλαδή πριν την αποστολή οποιουδήποτε ενημερωτικού μηνύματος.

ΝΟΜΟΣ 2472/1997

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ'

ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΟΥ ΥΠΟΚΕΙΜΕΝΟΥ ΤΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Άρθρο 11

Δικαίωμα ενημέρωσης

1. Ο υπεύθυνος επεξεργασίας οφείλει, **κατά το στάδιο της συλλογής δεδομένων** προσωπικού χαρακτήρα, να ενημερώνει με τρόπο πρόσφορο και σαφή το υποκείμενο για τα εξής τουλάχιστον στοιχεία:
  - α. την ταυτότητά του και την ταυτότητα του τυχόν εκπροσώπου του
  - β. τον σκοπό της επεξεργασίας.
  - γ. τους αποδέκτες ή τις κατηγορίες αποδεκτών των δεδομένων.
  - δ. την ύπαρξη του δικαιώματος πρόσβασης
2. Εάν για τη συλλογή των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα ο υπεύθυνος επεξεργασίας ζητεί την συνδρομή του υποκείμενου, οφείλει να το ενημερώνει ειδικώς και εγγράφως για τα στοιχεία της παρ. 1 του παρόντος άρθρου καθώς και για τα δικαιώματά του, σύμφωνα με τα άρθρα 11 έως και 13 του παρόντος νόμου. Με την αυτή ενημέρωση ο υπεύθυνος επεξεργασίας γνωστοποιεί στο υποκείμενο εάν υποχρεούται ή όχι να παράσχει τη συνδρομή του, με βάση ποιες διατάξεις, καθώς και για τις τυχόν συνέπειες της αρνήσεώς του.
3. Εάν τα δεδομένα ανακοινώνονται σε τρίτους, το υποκείμενο ενημερώνεται για την ανακοίνωση πριν από αυτούς.
4. Με απόφαση της Αρχής, μπορεί να αρθεί εν όλω ή εν μέρει η υποχρέωση ενημέρωσης σύμφωνα με τις παραγράφους 1 και 3, εφόσον η επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα γίνεται για λόγους εθνικής ασφάλειας ή για τη διακρίβωση ιδιαίτερα σοβαρών εγκλημάτων. Σε επείγουσες περιπτώσεις η άρση της υποχρέωσης ενημέρωσης μπορεί να γίνει με προσωρινή, άμεσα εκτελεστή, απόφαση του Προέδρου, ο οποίος πρέπει να συγκαλέσει το συντομότερο την Αρχή για την έκδοση οριστικής απόφασης επί του θέματος.

5. Με την επιφύλαξη των δικαιωμάτων εκ των άρθρων 12 και 13, η υποχρέωση ενημέρωσης δεν υφίσταται όταν η συλλογή γίνεται αποκλειστικά για δημοσιογραφικούς σκοπούς και αφορά δημόσια πρόσωπα.

Η χώρα μας καλύπτεται από Ελληνική νομοθεσία αλλά παραθέτουμε την «Πρόταση οδηγίας του ΕΚ και του Συμβουλίου σχετικά με την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, Έγγρ.: [A5-270/2001](#)» σύμφωνα με την οποία:

Η Ολομέλεια κατά την ψηφοφορία της 6/9/2001, υιοθέτησε με 259 ψήφους υπέρ, 210 κατά και 6 αποχές, τροπολογία, η οποία **ζητεί να μην επιτρέπεται η μαζική αποστολή μηνυμάτων σε συνδρομητές (spamming) χωρίς την προηγούμενη συγκατάθεσή τους (σύστημα opt-in)**. Σημειώνεται επίσης ότι, σύμφωνα με ειδική διακήρυξη της Διεθνούς Συνόδου των Επιτρόπων για την προστασία των προσωπικών δεδομένων του 2005, ακόμα και η πολιτική επικοινωνία οφείλει να συμμορφώνεται με τους κανόνες που ισχύουν για το spam.

## Ποιο Newsletter δεν είναι spam

Για να μην είναι ένα email (e-newsletter) spam θα πρέπει αθροιστικά να ισχύουν τα παρακάτω:

1. Πριν την εγγραφή ο παραλήπτης έχει δικαίωμα και πρέπει να μπορεί να ενημερώνεται για το περιεχόμενο των email (e-newsletter) που θα λαμβάνει καθώς και τους αποδέκτες των στοιχείων του. Σε κάθε περίπτωση πρόθεσης μεταβολής των αποδεκτών επεξεργασίας των στοιχείων του ή σημαντικής μεταβολής του περιεχομένου ο παραλήπτης πρέπει πρώτα να ενημερώνεται και να ζητείται η αποδοχή. Προσοχή: ενημερώσεις της μορφής «αν δεν απαντήσετε θεωρούμε ότι αποδέχεστε» είναι παράνομες (έχουν καταδικαστεί οι τράπεζες για τέτοιες πρακτικές).
2. Οι παραλήπτες υποχρεωτικά να έχουν δηλώσει με διαδικασία opt-in την εγγραφή τους στη λίστα παραληπτών. Δηλαδή:
  - α. να έχουν συμπληρώσει φόρμα με το email τους.
  - β. να τους έχει σταλεί αυτοματοποιημένο email ενημέρωσης με link το οποίο να περιέχει κωδικοποιημένο url για την επιβεβαίωση της εγγραφής ώστε να πιστοποιείται ότι είναι κάτοχοι της συγκεκριμένης διεύθυνσης email.

## Data Sheet:

Η αλήθεια γύρω από το email marketing και το spam



- c. να καταχωρούνται στην λίστα που αρχικά επέλεξαν μόνο με την χρήση του παραπάνω link.
3. Οι παραλήπτες να έχουν δυνατότητα διαγραφής σε κάθε email (e-newsletter) η οποία να γίνεται με διαδικασία opt-out έτσι ώστε να είναι δυνατή η διαγραφή του παραλήπτη με ασφάλεια και χωρίς να μπορεί να τον διαγράψει κάποιος άλλος. Προσοχή: η διαδικασία διαγραφής με reply και subject=unsubscribe δεν είναι αποδεκτή διότι ο παραλήπτης μπορεί να έχει εγγραφεί με κάποιο alias του email του και επομένως δεν μπορεί εύκολα να διαγραφεί ή μπορεί κάποιος τρίτος να τον διαγράψει. Σε περίπτωση που ο χρήστης ζητήσει να διαγραφεί θα πρέπει να διαγραφούν πλήρως τα στοιχεία του από την λίστα που έχει δηλώσει διαγραφή. Η διαδικασία opt-out περιλαμβάνει:

- a. δυνατότητα διαγραφής από κάθε email (e-newsletter) με μοναδικό link για κάθε παραλήπτη ή και από το site.
  - b. να τους στέλνεται αυτοματοποιημένο email ενημέρωσης με link το οποίο να περιέχει κωδικοποιημένο url για την επιβεβαίωση της διαγραφής.
4. Η αποστολή πρέπει να είναι προσωποποιημένη (δηλαδή ως email παραλήπτη να είναι του κάθε ενός χρήστη) και όχι με χρήση mail-group, ώστε να μην βλέπουμε ως διεύθυνσή παραλήπτη «undisclosed recipient» ή κάποια γενική διεύθυνση αλλά την πραγματική διεύθυνση που έχουμε χρησιμοποιήσει ως εγγραφή διότι οι σημερινοί χρήστες έχουν περισσότερες διευθύνσεις email και ενδεχομένως και aliases και redirections.

Η αρχή προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα εξειδικεύει ως εξής:

*Ειδικά για τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, εξαίρεση αποτελεί, σύμφωνα με την παρ. 3 του αρ. 11, η περίπτωση στην οποία η ηλεκτρονική διεύθυνση του χρήστη **αποκτήθηκε από τον αποστολέα νομίμως, στο πλαίσιο της πώλησης προϊόντων ή υπηρεσιών ή άλλης συναλλαγής.** Στην περίπτωση αυτή μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μπορούν να αποστέλλονται για την απευθείας προώθηση παρόμοιων προϊόντων ή υπηρεσιών του προμηθευτή ή για την εξυπηρέτηση παρόμοιων σκοπών, ακόμη και όταν ο αποδέκτης του μηνύματος δεν έχει δώσει εκ των προτέρων τη συγκατάθεσή του, υπό την προϋπόθεση ότι του παρέχεται κατά τρόπο σαφή και ευδιάκριτο η δυνατότητα να αντιστασσει, με εύκολο τρόπο και δωρεάν, στη συλλογή και*

*χρησιμοποίηση των ηλεκτρονικών του στοιχείων, και αυτό σε κάθε μήνυμα σε περίπτωση που ο χρήστης αρχικά δεν είχε διαφωνήσει σε αυτή τη χρήση (σύστημα "opt-out").*

*Επίσης, ως προς την αποστολή μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που έχουν σκοπό την άμεση εμπορική προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών, ορίζεται ότι θα πρέπει να αναφέρεται ευδιάκριτα και σαφώς η ταυτότητα του αποστολέα ή του προσώπου προς όφελος του οποίου αποστέλλεται το μήνυμα, καθώς επίσης και η διεύθυνση στην οποία ο αποδέκτης του μηνύματος μπορεί να ζητά τον τερματισμό της επικοινωνίας.*

## Κριτήρια της εφαρμογής email marketing.

Η εφαρμογή αποστολής email (e-newsletter) θα πρέπει να λειτουργεί σύμφωνα με το standard RFC2369 και σύμφωνα με την ελληνική αλλά και την ευρωπαϊκή νομοθεσία. Δηλαδή, κατ' ελάχιστο:

1. Να έχει ασφαλή διαδικασία opt-in τόσο στην μεμονωμένη εγγραφή των χρηστών όσο και στην μαζική εισαγωγή τους από λίστες που πχ έχουν χειρόγραφα συμπληρώσει φόρμα.
2. Το κάθε newsletter να είναι προσωποποιημένο και να αναγράφει το email του παραλήπτη.
3. Να έχει ασφαλή διαδικασία opt-out
4. Να παρέχει βοήθεια και δυνατότητα επικοινωνίας με τον υπεύθυνο abuse ώστε να τον ενημερώνει σε περιπτώσεις κακής χρήσης.
5. Για να είναι επιτυχημένη και σύμφωνη με τα διεθνή standard μια εφαρμογή θα πρέπει κατ' ελάχιστο επίσης:
6. Να περιλαμβάνει plain-text μορφή
7. Να περιλαμβάνει link σε web μορφή του newsletter

## Τι δεν είναι spam ακόμη και αν δεν έχουμε δηλώσει το email μας.

Δεν είναι spam, (αφήνει παράθυρο η ελληνική αλλά όχι η ευρωπαϊκή νομοθεσία) η αποστολή ενημερωτικών μηνυμάτων πχ ειδήσεις χωρίς όμως αυτά να περιλαμβάνουν εμπορικό περιεχόμενο ή να συνδέονται με εμπόριο δηλ. να είναι μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα αλλά χωρίς κάποια απαίτηση και βεβαίως να μην περιλαμβάνουν

## Data Sheet:

Η αλήθεια γύρω από το email marketing και το spam



διαφημίσεις. Επομένως δεν είναι spam newsletter στο οποίο αν και δεν έχουμε εγγραφεί:

1. το περιεχόμενό του είναι καθαρά ενημερωτικό
2. δεν προτρέπει σε κάποιο προϊόν ή υπηρεσία ή ενίσχυση
3. δεν έχει διαφημίσεις
4. δεν έχει διαφημίσεις και δεν είναι εμπορικού χαρακτήρα το site στο οποίο οδηγούν τα link ή αν έχει διαφημίσεις ο αποστολέας δεν έχει κανένα απολύτως όφελος από το site που οδηγούν τα link του.

Ενδεικτικά η Αρχή προστασίας προσωπικών δεδομένων αναφέρει: «Έτσι ως spam θεωρούνται και μηνύματα προώθησης υπηρεσιών και σκοπών φιλανθρωπικών ιδρυμάτων, σωματείων, ενώσεων, κλπ.»

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι μόνο το Wikipedia θα μπορούσε να στείλει newsletter το οποίο δεν θα ήταν παράνομο.

Επομένως σχεδόν κάθε newsletter που λαμβάνουμε είναι spam αν δεν έχει την εκ των προτέρων συγκατάθεση του παραλήπτη μέσω διαδικασία ηλεκτρονικού opt-in ή μέσω διενέργειας εμπορικής πράξης.

## Συλλογή email

Η συλλογή των email πρέπει αποκλειστικά να γίνεται με έναν από τους παρακάτω τρόπους:

1. Διαδικασία opt-in με φόρμα στο website σας.
2. Χρήση των email από εναλλακτική διαδικασία εμπορικής πράξης πχ Online shop.
3. Χρήση των email από άλλη εμπορική διαδικασία πχ loyalty clubs.

Σε κάθε περίπτωση είναι υποχρεωτική η εκ των προτέρων ενημέρωση των παραληπτών για τους σκοπούς της χρήσης των email (και των άλλων δεδομένων). Το ίδιο ισχύει και για κάθε περίπτωση αλλαγής του σκοπού της χρήσης.

## Τι είναι παράνομο

Είναι παράνομη:

1. Η πώληση (ή παραχώρηση) λίστας email (έχει γίνει καταδίκη τέτοιων πρακτικών από την αρχή προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα 83/2009).
2. Η αγορά λίστας email (είναι κατοχή προσωπικών δεδομένων χωρίς συγκατάθεση).
3. Η συλλογή διευθύνσεων email από τα website είτε αυτή είναι αυτοματοποιημένη ή όχι (το χαρακτηρίζει spam η αρχή προστασίας προσωπικών δεδομένων στην [παρ. 7: απαντήσεις σχετικά με spam](#))
4. Η χρήση μιας λίστας για αποστολή υλικού διαφορετικού από αυτό που έχει συμφωνήσει ο χρήστης.



cybertech interactive communication ltd.

Ηλία Ηλιού 79Α, Αθήνα, 11744  
τηλ.: +030 210 90.24.900  
fax.: +030 210 90.24.906