

Legal regulation relating to the text message advertisement:

There are different conditions regarding the SMS advertisement for two groups of recipients. The first group consists of recipients who are **current clients** of sender, the second group consists of **potential clients**.

Text message (SMS) advertisement is considered as a **business communication** (=all forms of communication for a purpose of direct or indirect promotion of products, services or image of the company). This means that new product offers, discount notifications or „bonus“ text messages are considered as a **business communication** as well.

- 1) Currently the so-called **opt-out** regime is being used to regulate the business communication towards the **current clients**, i.e. you are not required to have an explicit permission from the recipients to be allowed to contact them. But the regulation (§7 art. 3) of law n. 480/2004 Sb.) states that you are required to provide clients an **easy** and **free** way to show their disinterest. After the disinterest is shown, you must respect it.

§7 art. 3) law number 480/2004 Sb.

§7 Distribution of advertisement

3) In spite of article 2, according to the requirements of personal data protection and the special regulation regarding that, if individual person or legal entity obtains customer's electronic contact details in order to advertise their product or service, the individual or legal entity is allowed to use the electronic contact details to promote their own similar products and services assuming that the customers have clear possibility to forbid the usage of their electronic contact details (after every single promotion message if they hadn't forbidden it originally) IN AN EASY WAY, FOR FREE OR TO ACCOUNT OF THE INDIVIDUAL OR LEGAL ENTITY.

- 2) In case of **business communication** towards the recipients **who are not or have never been clients** of your company, the situation is the exactly opposite to the first one. First of all, you must acquire an explicit and conclusive permission of the potential client. You are not allowed to contact the potential clients in any way before the permission is given to you. Current regulation uses term „**conclusive permission**“, i.e. you need to save and back up every email or other kind of message confirming that the recipient has given you a permission.

Possible form of the permission

„Klient tímto ve smyslu zákona č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti, souhlasí s tím, že mu společnost bude zasílat SMS zprávy (obchodní sdělení) obsahující informace o novinkách, produktech a službách, které společnost nabízí nebo o novinkách, produktech a službách třetích osob“.

„According to the law n. 480/2004 Sb., regarding some services of information company, allows the company to send SMS messages (business communication) regarding information about the news, products and services which are being provided by the company or information about the news, products and services of a third party.“

There are several **conditions** you must fulfill in order to create a proper SMS advertisement according to the Czech law.

- 1) Distinct and clear indication of advertisement: „**Advertisement:** Our company is offering you a new product...“
- 2) Clearly shown identity of the company sending the advertisement: „Advertisement: **Our company BCTV** is offering you a new product...“
- 3) Explicitly stated address and way to effectively reject future SMS advertisement for the client: „Advertisement: Our company BCTV is offering you a new product.....**You can reject obtaining future advertisement messages for free by replying „NO o.s.“ to this SMS.**“

Fines for not following the law may rise up to 10.000.000 CZK.

Czech law:

Zákon o některých službách informační společnosti zák .č 480/2004 Sb – vychází se Směrnice o elektronickém obchodu

Šíření obchodních sdělení

§ 7

(1) Obchodní sdělení lze šířit elektronickými prostředky jen za podmínek stanovených tímto zákonem.

(2) Podrobnosti elektronického kontaktu lze za účelem šíření obchodních sdělení elektronickými prostředky využít pouze ve vztahu k uživatelům, kteří k tomu dali předchozí souhlas.

(3) Nehledě na odstavec 2, pokud fyzická nebo právnická osoba získá od svého zákazníka podrobnosti jeho elektronického kontaktu pro elektronickou poštu v souvislosti s prodejem výrobku nebo služby podle požadavků ochrany osobních údajů upravených zvláštním právním předpisem⁵⁾, může tato fyzická či právnická osoba využít tyto podrobnosti elektronického kontaktu pro potřeby šíření obchodních sdělení týkajících se jejich vlastních obdobných výrobků nebo služeb za předpokladu, že zákazník má jasnou a zřetelnou možnost jednoduchým způsobem, zdarma nebo na účet této fyzické nebo právnické osoby odmítnout souhlas s takovýmto využitím svého elektronického kontaktu i při zasílání každé jednotlivé zprávy, pokud původně toto využití neodmítl.

(4) Zaslání elektronické pošty za účelem šíření obchodního sdělení je zakázáno, pokud

- a) tato není zřetelně a jasně označena jako obchodní sdělení,
- b) skrývá nebo utajuje totožnost odesílatele, jehož jménem se komunikace uskutečňuje, nebo
- c) je zaslána bez platné adresy, na kterou by mohl adresát přímo a účinně zaslat informaci o tom, že si nepřeje, aby mu byly obchodní informace odesílatelem nadále zasílány.

Zákon o elektronických komunikacích a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o elektronických komunikacích), zák. č. 127/2005 Sb.

§ 93

Zneužití elektronické adresy odesílatele

Použití adresu elektronické pošty pro odeslání zprávy nebo zpráv třetím osobám bez souhlasu držitele této adresy elektronické pošty je zakázáno.

§ 94

Přesměrování volání

(1) Podnikatel zajišťující veřejnou telefonní síť nebo poskytující veřejně dostupnou telefonní službu je povinen zajistit, aby každý účastník měl možnost bezplatně zamezit automatickému přesměrování volání třetí stranou do koncového zařízení účastníka, a to pomocí jednoduchých prostředků.

(2) V případě, že při poskytování veřejně dostupné služby elektronických komunikací dochází k automatickému nebo skrytému přesměrování na jinou službu, na službu jiného podnikatele

nebo k sestavení nového spojení, a tím současně ke zvýšení účtované ceny, je osoba poskytující veřejně dostupnou službu elektronických komunikací se zvýšenou cenou povinna bezplatně sdělit uživateli tuto skutečnost a umožnit mu přerušit spojení před tím, než bude přesměrování nebo sestavení nového spojení uskutečněno. V případě, kdy dochází k přesměrování nebo sestavení nového spojení, a tím současně ke zvýšení účtované ceny, bez upozornění uživatele osobou poskytující veřejně dostupnou službu elektronických komunikací se zvýšenou cenou, rozhodne Úřad o přerušení poskytování takové služby.

Seznamy účastníků

§ 95

(1) Každý, kdo shromažďuje osobní údaje účastníků k vydání seznamu účastníků, jehož účelem je vyhledávání podrobného kontaktu o osobě na základě jejího jména nebo případně nezbytného minimálního množství dalších identifikačních prvků, je povinen

a) informovat bezplatně a před zařazením údajů dotčených účastníků do seznamu tyto účastníky o účelu tištěného nebo elektronického seznamu účastníků, který bude k dispozici veřejnosti přímo nebo prostřednictvím informačních služeb dotazů, a o dalších možnostech využití založených na vyhledávacích funkcích obsažených v elektronických verzích seznamu,

b) získat předem souhlas účastníků s uveřejněním jejich osobních údajů podle § 41 odst. 5 a zajistit, aby účastníci měli možnost stanovit, které osobní údaje z rozsahu relevantního pro účely seznamu stanovenými vydavatelem mají být uvedeny ve veřejném seznamu; dále je povinen zajistit, aby účastníci měli možnost tyto údaje ověřovat a žádat jejich opravu a jejich odstranění. Současně je povinen zajistit, aby účastníci nebo uživatelé mohli u svých osobních údajů uvést, že si nepřejí být kontaktováni za účelem marketingu. Neuvedení ve veřejném seznamu účastníků, ověřování, opravení a odstranění osobních údajů ze seznamu a uvedení údaje, že si účastník nebo uživatel nepřeje být kontaktován za účelem marketingu, je bezplatné.

(2) Bude-li účel veřejného seznamu jiný, než je vyhledávání podrobného kontaktu o osobě na základě jejího jména nebo případně nezbytného minimálního množství dalších identifikačních prvků, je každý, kdo zamýšlí vydat takový seznam účastníků, povinen vyžádat si od dotčených účastníků další souhlas.

§ 96

(1) Je zakázáno prostřednictvím sítí nebo služeb elektronických komunikací nabízet marketingovou reklamu nebo jiný obdobný způsob nabídky zboží nebo služeb účastníkům nebo uživatelům, kteří ve veřejném seznamu podle § 95 odst. 1 písm. b) nebo § 95 odst. 2 uvedli, že si nepřejí být kontaktováni za účelem marketingu.

- (2) Je zakázáno využívat síť nebo službu elektronických komunikací pro účely přímého marketingu prostřednictvím automatických systémů volání bez lidské účasti (automatická volací zařízení), faksimilních přístrojů nebo elektronické pošty, nedal-li k tomu dotčený účastník nebo uživatel předem souhlas.
- (3) Podnikatel, který poskytuje službu dotazů na účastnická čísla nebo jiné obdobné údaje, nesmí poskytovat údaje účastníka, které veřejný seznam neobsahuje.
- (4) Ustanovení § 95 a 96 se vztahují obdobně i na údaje účastníků, kteří jsou právnickými osobami.
- (5) Poskytovatel veřejně dostupných služeb elektronických komunikací, jehož obchodní zájmy jsou poškozovány porušováním povinností podle odstavců 1 až 4, je oprávněn domáhat se soudní ochrany jménem svých účastníků, jejichž práva byla tímto jednáním poškozena. Tím není dotčeno oprávnění účastníka domáhat se svých nároků u soudu sám.