



ΓΡΑΦΕΙΟ ΕΠΙΤΡΟΠΟΥ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ  
ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ  
ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ

**Σας στέλλουν ενοχλητικά διαφημιστικά μηνύματα  
στο κινητό τηλέφωνο, στο email ή στο φαξ σας  
χωρίς να έχετε δώσει τη συγκατάθεση σας;**

- Απαγορεύεται να σας στέλλουν διαφημιστικά μηνύματα χωρίς να πάρουν πρώτα τη συγκατάθεση σας.
- Αν πάρετε διαφημιστικά μηνύματα χωρίς τη συγκατάθεση σας καταγγείλτε το στην Επίτροπο Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα.

**Στέλλετε διαφημιστικά μηνύματα  
σε κινητά τηλέφωνα σε email ή σε φαξ  
για να διαφημίσετε τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας;**

- Απαγορεύεται να στέλλετε διαφημιστικά μηνύματα χωρίς πρώτα να πάρετε συγκατάθεση από τα άτομα στα οποία θα τα στείλετε.
- Η Επίτροπος Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα εξετάζει καταγγελίες που αφορούν την αποστολή τέτοιων μηνυμάτων και αν αποδειχθεί ότι στέλλετε μηνύματα σε άτομα που δεν έδωσαν από πριν τη συγκατάθεση τους μπορεί να σας επιβληθεί πρόστιμο μέχρι 5000 λίρες.

## Ανεπιθύμητα Διαφημιστικά Μηνύματα

Το φαινόμενο της μαζικής αποστολής ανεπιθύμητων διαφημιστικών μηνυμάτων, που ονομάζονται συνήθως «spam» ή «junk mail» ή «ανεπιθύμητη εμπορική αλληλογραφία», έχει αυξηθεί σημαντικά στην Κύπρο κυρίως μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και μηνυμάτων σε κινητά τηλέφωνα.

Για την αποστολή διαφημιστικών μηνυμάτων με οποιοδήποτε μέσο, συμπεριλαμβανομένων του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email), των μηνυμάτων σε κινητά τηλέφωνα (sms) και των συσκευών τηλεομοιοτυπίας (fax) πρέπει να λαμβάνεται **εκ των προτέρων η συγκατάθεση** των παραληπτών των μηνυμάτων.

Η πρακτική όπου θα πρέπει ο παραλήπτης να ζητήσει από τον αποστολέα να σταματήσει να του στέλλει μηνύματα, πιθανόν να ισχύει σε ορισμένες άλλες χώρες, αλλά αυτό δεν ισχύει στην Κύπρο. Ο παραλήπτης δεν είναι υποχρεωμένος να ζητά από τον κάθε αποστολέα να σταματήσει να του στέλλει μηνύματα τα οποία δεν είχε ζητήσει να τα λαμβάνει.

Η μόνη εξαίρεση, είναι η περίπτωση όπου, ο αποστολέας μπορεί να στέλλει μηνύματα σε **πελάτες του**, εάν ο πελάτης είχε **αρχικά ενημερωθεί** ότι θα του αποστέλλονταν μηνύματα (όταν έδωσε τα στοιχεία του) και **δεν είχε φέρει αντίρρηση**. Θα πρέπει επίσης να του δίνεται η δυνατότητα, σε κάθε μήνυμα, να ζητήσει να σταματήσει να λαμβάνει μηνύματα **με εύκολο τρόπο και χωρίς χρέωση**.

Δεν επιτρέπεται επίσης να χρησιμοποιούνται τα στοιχεία όσων έλαβαν μέρος σε διάφορους διαγωνισμούς για να τους στέλλονται διαφημιστικά μηνύματα μόνο και μόνο επειδή έλαβαν μέρος στον διαγωνισμό, αλλά **θα πρέπει πάντοτε να λαμβάνεται πρώτα η συγκατάθεση** τους πριν την αποστολή οποιουδήποτε διαφημιστικού μηνύματος.

Η Επίτροπος Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα είναι αρμόδια να εξετάζει παράπονα για παράβαση του Νόμου και μπορεί να επιβάλει κυρώσεις σε όσους παρανομούν μεταξύ των οποίων και χρηματική ποινή μέχρι 5000 λίρες.

Για περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να διαβάσετε τις οδηγίες που ακολουθούν.

## **Οδηγίες για απ' ευθείας εμπορική προώθηση πώλησης αγαθών ή παροχής υπηρεσιών με ηλεκτρονικά μέσα.**

### **1. Εισαγωγή**

Στις 30 Απριλίου 2004 ψηφίστηκε ο Περί Ρυθμίσεως Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών και Ταχυδρομικών Υπηρεσιών Νόμος (αρ. 112(I) του 2004), ο οποίος στο Μέρος 14 αυτού, μεταφέρει τις διατάξεις της Οδηγίας 2002/58/EK σχετικά με την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών.

Το άρθρο 106 του Νόμου αυτού ρυθμίζει την αποστολή διαφημιστικών μηνυμάτων για σκοπούς απ' ευθείας εμπορικής προώθησης (direct marketing) **με ηλεκτρονικά μέσα**. Το άρθρο αυτό δεν εφαρμόζεται στην περίπτωση αποστολής διαφημιστικών φυλλαδίων **μέσω ταχυδρομείου**. Για την περίπτωση αυτή εφαρμόζεται το άρθρο 15 του περί Επεξεργασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα (Προστασία του Ατόμου) Νόμου 138(I) του 2001 όπως έχει τροποποιηθεί με τον Νόμο 37(I) του 2003.

Η Επίτροπος Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα είναι αρμόδια να εξετάζει παράπονα για παράβαση των πιο πάνω διατάξεων και μπορεί να επιβάλει κυρώσεις σε όσους δεν συμμορφώνονται με αυτές.

Ο Νόμος αναφέρεται στα διαφημιστικά μηνύματα με τα οποία άτομα ή εταιρείες διαφημίζουν αγαθά ή υπηρεσίες που προσφέρουν, απ' ευθείας σε συγκεκριμένα άτομα με την χρήση ηλεκτρονικών μέσων, συμπεριλαμβανομένων των συστημάτων αυτομάτων κλήσεων, του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email), των μηνυμάτων σε κινητά τηλέφωνα (sms) και των συσκευών τηλεομοιοτυπίας (fax).

Στην κατηγορία αυτή των διαφημιστικών μηνυμάτων συμπεριλαμβάνονται επίσης και μηνύματα ιδεολογικού, θρησκευτικού, φιλανθρωπικού και πολιτικού περιεχόμενου.

### **2. Συγκατάθεση (Opt-in Vs Opt-out)**

Το άρθρο 106 του Νόμου 112(I)/2004 προβλέπει ότι για την αποστολή διαφημιστικών μηνυμάτων για απ' ευθείας εμπορική προώθηση πρέπει να λαμβάνεται **εκ των προτέρων η συγκατάθεση** των παραληπτών των μηνυμάτων, δηλαδή ισχύει η αρχή του «Opt-in».

Το άρθρο αυτό αναφέρεται στην απ' ευθείας εμπορική προώθηση με ηλεκτρονικά μέσα σε φυσικά πρόσωπα αλλά με βάση το περί Νομικών Προσώπων (Διασφάλισης των έννομων Συμφερόντων αναφορικά με Αυτόκλητες Επικοινωνίες) Διάταγμα του 2005 που εκδόθηκε από τον Επίτροπο Ρυθμίσεως Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών και Ταχυδρομείων, η προστασία από την αποστολή ανεπιθύμητων διαφημιστικών μηνυμάτων έχει επεκταθεί και στα νομικά πρόσωπα (εταιρείες). Το Διάταγμα αυτό εκδόθηκε δυνάμει των άρθρων 106(3) και 152 του πιο πάνω Νόμου και δημοσιεύθηκε στην Επίσημη Εφημερίδα της Δημοκρατίας στις 28 Ιανουαρίου 2005.

Με βάση το άρθρο 4 του ίδιου Νόμου, «συγκατάθεση» του υποκειμένου των δεδομένων σημαίνει κάθε ελεύθερη, ρητή και ειδική δήλωση βούλησης, που εκφράζεται με τρόπο σαφή και εν πλήρη επίγνωση και με την οποία το υποκείμενο των δεδομένων, αφού προηγουμένως ενημερωθεί, δέχεται να αποτελέσουν αντικείμενο επεξεργασίας τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που το αφορούν.

Με βάση τον πιο πάνω ορισμό της «συγκατάθεσης» προκύπτουν τα εξής δύο σημεία:

1. Η συγκατάθεση πρέπει να είναι ρητή και ελεύθερη, δηλαδή δεν μπορεί να είναι μέρος των όρων παροχής κάποιας υπηρεσίας ή συμμετοχής σε κάποιο διαγωνισμό αλλά θα πρέπει να δίνεται η δυνατότητα ειδικής δήλωσης, όπως, για παράδειγμα, υπογράφοντας ξανά, ή επιλέγοντας «Ναι» ή «Όχι» ή βάζοντας “v” σε κάποιο τετραγωνάκι, σε ξεχωριστό σημείο του συμβολαίου ή των όρων παροχής της υπηρεσίας, το οποίο να αναφέρεται ειδικά στην απ' ευθείας εμπορική προώθηση.
2. Η συγκατάθεση πρέπει να δίνεται εν πλήρη επίγνωση, αφού το υποκείμενο των δεδομένων έχει προηγουμένως ενημερωθεί. Με βάση το άρθρο 11 του περί Επεξεργασίας Δεδομένων

Προσωπικού Χαρακτήρα (Προστασία του Ατόμου) Νόμου 138(I) του 2001, η ενημέρωση των υποκειμένων των δεδομένων πρέπει να περιλαμβάνει μεταξύ άλλων το σκοπό της επεξεργασίας και τους πιθανούς αποδέκτες των δεδομένων.

**Η πρακτική όπου θα πρέπει ο παραλήπτης να ζητήσει να αφαιρεθεί από τον κατάλογο αποστολής των μηνυμάτων (opt-out), πιθανόν να ισχύει σε ορισμένες άλλες χώρες, αλλά δεν ισχύει στην Κύπρο.** Έχοντας υπόψη την ισχύουσα νομοθεσία δεν είναι υποχρεωμένος ο κάθε λήπτης μηνυμάτων να ζητήσει να αφαιρεθεί από τους καταλόγους αποστολής μηνυμάτων στους οποίους δεν είχε ζητήσει να συμπεριληφθεί.

Τα άτομα ή οι εταιρείες που ασχολούνται με direct marketing (στην συνέχεια θα αναφέρονται ως «αποστολείς»), θα πρέπει κατά την λήψη της συγκατάθεσης, να καταγράφουν στοιχεία όπως η ημερομηνία και ώρα που έχει δοθεί η συγκατάθεση και σε περιπτώσεις ελέγχου ή εξέτασης παραπόνων να είναι σε θέση να αποδείξουν ότι έχουν λάβει την συγκατάθεση των παραληπτών.

### 3. Αποστολή μηνυμάτων σε πελάτες

Η μόνη εξαίρεση όπου στο Νόμο 112(I)/2004 προβλέπεται η αρχή του Opt-out είναι, σύμφωνα με το άρθρο 106(4), η περίπτωση όπου ο αποστολέας λαμβάνει στοιχεία επαφής του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου πελατών του στα πλαίσια πώλησης προϊόντος ή υπηρεσίας. Σ' αυτήν την περίπτωση, ο αποστολέας μπορεί να χρησιμοποιήσει αυτά τα στοιχεία για απ' ευθείας προώθηση των **παρόμοιων δικών του προϊόντων ή υπηρεσιών**, υπό τον όρο ότι δίνεται σαφώς και ευδιάκριτα στους πελάτες η δυνατότητα να αντισταχθούν, ατελώς και με εύκολο τρόπο, σε αυτήν την χρήση των ηλεκτρονικών στοιχείων επαφής όταν αυτά συλλέγονται και σε σχέση με κάθε μήνυμα, στην περίπτωση όπου ο πελάτης δεν αντετάχθη αρχικώς σε τέτοια χρήση. Σημειώνεται ότι σύμφωνα με τον ορισμό που δίνεται στον Νόμο, στον όρο «ηλεκτρονικό ταχυδρομείο» περιλαμβάνονται και τα μηνύματα sms και mms.

Με βάση το πιο πάνω άρθρο, οι αποστολείς μπορούν να στέλλουν μηνύματα σε πελάτες τους, αλλά θα πρέπει ο πελάτης κατά το στάδιο της συλλογής των στοιχείων του να **είχε ενημερωθεί** για την προτιθέμενη αποστολή μηνυμάτων και να **μην είχε αντεταχθεί** σε τέτοια χρήση των ηλεκτρονικών στοιχείων επαφής του.

Θα πρέπει επίσης να του δίνεται η δυνατότητα, σε κάθε μήνυμα, να ζητήσει να σταματήσει να λαμβάνει μηνύματα **ατελώς και με εύκολο τρόπο**.

Γι' αυτό οι αποστολείς που χρησιμοποιούν τετραψήφιους αριθμούς ή τηλεφωνικές γραμμές υπερτιμημένης κλήσης θα πρέπει να έχουν **τηλεφωνική γραμμή χωρίς χρέωση** (όπως για παράδειγμα με αριθμό που αρχίζει από 800 ή με τετραψήφιο αριθμό που αρχίζει από 8) ώστε να δίνουν την δυνατότητα Opt-out **χωρίς χρέωση** όπως προβλέπει ο Νόμος. Μετά από την λήψη της συγκατάθεσης του παραλήπτη, μαζί με κάθε μήνυμα που του αποστέλλεται, θα πρέπει να αναγράφεται κάποιο μήνυμα που να εξηγά πως μπορεί να ζητήσει να σταματήσει να λαμβάνει τα μηνύματα αυτά. Για παράδειγμα στο τέλος του μηνύματος που αποστέλλουν να αναγράφεται ότι όσοι δεν επιθυμούν πλέον να λαμβάνουν τα μηνύματα μπορούν να στείλουν μήνυμα ή να πάρουν τηλέφωνο σε αριθμό χωρίς χρέωση.

Σημειώνεται επίσης ότι η εξαίρεση αυτή αφορά την αποστολή μηνυμάτων μόνο για προώθηση παρόμοιων προϊόντων ή υπηρεσιών του αποστολέα. Εάν για παράδειγμα κάποιος πελάτης είχε αγοράσει μια ηλεκτρική συσκευή δεν δικαιολογείται να του αποσταλούν στην συνέχεια μηνύματα που να διαφημίζουν κάποια υπηρεσία γνωριμιών.

### 4. Διαγωνισμοί και όροι παροχής υπηρεσιών

Παρατηρείται επίσης το φαινόμενο όπου πολλοί αποστολείς προσφέρουν διαγωνισμούς όπου συλλέγουν τα στοιχεία των συμμετεχόντων και στην συνέχεια τους αποστέλλουν ανεπιθύμητα

διαφημιστικά μηνύματα χωρίς τα άτομα αυτά να έχουν δώσει την συγκατάθεση τους για λήψη μηνυμάτων. Εκτός του ότι η αποστολή αυτή είναι παράνομη, θα πρέπει επίσης οι αποστολείς να φροντίζουν ώστε, μετά από κάποιο λογικό χρονικό διάστημα από το πέρας του διαγωνισμού, τα στοιχεία των συμμετεχόντων να διαγράφονται.

Ορισμένες ιστοσελίδες περιλαμβάνουν στους όρους παροχής κάποιας υπηρεσίας (συνήθως στους όρους και προϋποθέσεις που είναι πολύ μεγάλο κείμενο και οι περισσότεροι χρήστες δεν το διαβάζουν) ότι κάνοντας χρήση των υπηρεσιών τους οι χρήστες δίνουν την συγκατάθεση τους να λαμβάνουν διαφημιστικά μηνύματα. Αυτό και πάλι δεν είναι νόμιμο αλλά οι χρήστες θα πρέπει να δώσουν ρητά και ελεύθερα την συγκατάθεση τους, όπως, για παράδειγμα, βάζοντας “ν” σε κάποιο κουτάκι ότι αποδέχονται να λαμβάνουν διαφημιστικά μηνύματα.

## 5. Χρονικό διάστημα διατήρησης δεδομένων

Σε όλες τις περιπτώσεις όπου κάποιος αποστολέας διατηρεί βάση δεδομένων με στοιχεία επαφής φυσικών προσώπων εφαρμόζονται οι διατάξεις του περί Επεξεργασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα (Προστασία του Ατόμου) Νόμου 138(I) του 2001. Μια από τις βασικές αρχές του πιο πάνω Νόμου είναι και αυτή που αναφέρεται στο άρθρο 4(1)(ε) το οποίο αναφέρει ότι τα δεδομένα θα πρέπει να διατηρούνται μόνο κατά την διάρκεια που απαιτείται για την πραγματοποίηση των σκοπών συλλογής και της επεξεργασίας τους. Δηλαδή μετά από κάποιο λογικό χρονικό διάστημα από την συμπλήρωση του σκοπού για τον οποίο είχαν συλλεγεί, θα πρέπει να διαγράφονται ή να μετατρέπονται σε ανώνυμα στοιχεία ώστε να μην είναι δυνατή η αναγνώριση των ατόμων στα οποία αναφέρονται.

Αν για παράδειγμα ένα άτομο έχει παραγγείλει μέσω sms ένα προϊόν ή έχει ζητήσει μια υπηρεσία και δεν ενδιαφέρεται να λαμβάνει μηνύματα σχετικά με παρόμοια προϊόντα, διαγωνισμούς και προσφορές, μετά από κάποιο λογικό διάστημα (για σκοπούς χρέωσης) θα πρέπει να διαγράφονται τα στοιχεία του από τα αρχεία των υπεύθυνων επεξεργασίας (σ’ αυτή την περίπτωση των αποστολέων). Το ίδιο ισχύει και στην περίπτωση προσώπων που είχαν δώσει την συγκατάθεση τους για να λαμβάνουν μηνύματα και στην συνέχεια ζήτησαν να σταματήσουν να λαμβάνουν μηνύματα.

Το χρονικό διάστημα για το οποίο επιτρέπεται να διατηρούνται τα δεδομένα καθορίζεται από τους ίδιους τους υπεύθυνους επεξεργασίας και όχι από το Γραφείο Επιτρόπου. Ο κάθε υπεύθυνος επεξεργασίας θα πρέπει ο ίδιος να ορίσει ένα χρονικό διάστημα το οποίο θεωρεί λογικό σύμφωνα με τον σκοπό τον οποίο επιδιώκει και σε περίπτωση που ερωτηθεί θα πρέπει να είναι σε θέση να δικαιολογήσει για ποιο λόγο θεωρεί ότι αυτό το χρονικό διάστημα που έχει επιλέξει είναι το απαιτούμενο.

## 6. Γνωστοποίηση

Οι αποστολείς μηνυμάτων οι οποίοι διατηρούν βάση δεδομένων με ηλεκτρονικά στοιχεία επικοινωνίας ατόμων που έχουν δώσει την συγκατάθεση τους για να λαμβάνουν διαφημιστικά μηνύματα αλλά δεν είναι πελάτες τους και όπου δεν εφαρμόζεται κάποια από τις εξαιρέσεις του άρθρου 7(6) του περί Επεξεργασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα (Προστασία του Ατόμου) Νόμου 138(I) του 2001, θα πρέπει να υποβάλουν την προβλεπόμενη από το άρθρο 7 του πιο πάνω Νόμου Γνωστοποίηση στο Γραφείο Επιτρόπου Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα. Το έντυπο Γνωστοποίησης είναι διαθέσιμο στην ιστοσελίδα του Γραφείου στην διεύθυνση [www.dataprotection.gov.cy](http://www.dataprotection.gov.cy). Παράλειψη υποβολής Γνωστοποίησης συνιστά παράβαση του πιο πάνω Νόμου για την οποία μπορεί να υποβληθούν κυρώσεις.

## 7. Συμπεράσματα

Λόγω της μεγάλης αύξησης του φαινομένου αποστολής ανεπιθύμητων διαφημιστικών μηνυμάτων χωρίς συγκατάθεση, το κοινό εκφράζει συχνά παράπονα και ενοχλείται όταν λαμβάνει μηνύματα τα οποία δεν έχει ζητήσει. Έτσι το κοινό άρχισε να χάνει την εμπιστοσύνη του προς τα άτομα/εταιρείες που προβαίνουν σε απ' ευθείας προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών τους και διστάζει να λάβει μέρος σε διαγωνισμούς για το λόγο ότι στην συνέχεια θα λαμβάνει πολλά ανεπιθύμητα διαφημιστικά μηνύματα.

Γι' αυτό θα πρέπει τα άτομα ή οι εταιρείες που προβαίνουν σε τέτοιου είδους ενέργειες να είναι ιδιαίτερα προσεκτικοί και να εφαρμόζουν αυστηρά τις ισχύουσες νομοθετικές διατάξεις. Σε περιπτώσεις όπου χρειάζονται οποιεσδήποτε διευκρινήσεις ή καθοδήγηση μπορούν να απευθύνονται στο Γραφείο της Επιτρόπου.

Τελικά η συμμόρφωση με τις οικίες νομοθετικές διατάξεις είναι και προς το συμφέρον όλων των επηρεαζόμενων αφού το κοινό θα αναγνωρίζει αυτό το γεγονός και θα διαπιστώνει ότι δεν γίνεται παράνομη χρήση των προσωπικών του δεδομένων.