



Polityka antyspamowa Focus Contact Center

Usługobiorca, który zamówił usługę E-mail & SMS Automation zgadza się korzystać z nich w sposób zgodny z niniejszą polityką antyspamową. Dostawca poważnie traktuje kwestię spamu oraz zakazuje wysyłania niezamawianych wiadomości w jakiegokolwiek postaci podczas korzystania z platformy Focus Contact Center. Usługobiorca winien stosować się do wszystkich mających zastosowanie wymogów prawnych, w szczególności wymogów określonych następującymi przepisami:

- Ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną
- Dyrektywy 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 8 czerwca 2000 r. w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego (dyrektywa o handlu elektronicznym)
- Dyrektywy 2002/58/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 lipca 2002 r. dotycząca przetwarzania danych osobowych i ochrony prywatności w sektorze łączności elektronicznej (dyrektywa o prywatności i łączności elektronicznej)
- Ustawy z dnia 12 lipca 2024 r. - Prawo komunikacji elektronicznej
- Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE

§ 1 Definicje

Wyrazy rozpoczynające się z dużej litery i nie wymienione w tym paragrafie mają znaczenie nadane im w Regulaminie świadczenia Usługi FCC i Usług Towarzyszących (dalej: Regulamin).

- 1) Kampania – działania w zakresie wysyłki prowadzonej za pośrednictwem Focus Contact Center obejmujące dokonanie przez Usługobiorcę jednej masowej wysyłki jednego wzoru e-mail lub wiadomości SMS;
- 2) Moderacja – działania polegające na weryfikacji Kampanii przez Dostawcę pod kątem zgodności ich treści z Polityką antyspamową i Regulaminem oraz dobrymi praktykami e-mail marketingu;
- 3) Odbiorcy – osoby, których adresy e-mail i numery telefonu zostały wprowadzone do Focus Contact Center i do których są wysyłane wiadomości e-mail lub SMS;
- 4) RBL – są to listy, na których zebrane są adresy IP podmiotów, które wysyłają Spam. Listy te są tworzone i prowadzone przez zewnętrzne wyspecjalizowane podmioty;
- 5) Spam – są to informacje handlowe, na których otrzymywanie Odbiorca nie wyraził uprzedniej zgody (zgodnie z art. 10 ust. 2 Ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną lub art. 398 ustawy z dnia 12 lipca 2024 r. - Prawo komunikacji elektronicznej) oraz wszelkie inne masowo wysyłane wiadomości e-mail lub SMS, w których nieistotny jest adresat oraz kontekst wiadomości, czyli niezamówiona korespondencja wysyłana do Odbiorców, z których adresy lub numery telefonów pochodzą z baz stworzonych w sposób niezgodny z prawem lub dobrymi praktykami e-mail marketingu;
- 6) SpamComplain – zgłoszenie, że wiadomość wysłana do Odbiorcy to Spam. Może to być automatyczna wiadomość zwrotna pochodząca z systemu pocztowego Odbiorcy, która informuje, że Odbiorca oznaczył wiadomość jako Spam.
- 7) SpamTrap – dedykowany adres e-mail stworzony do wykrywania przypadków wysyłki wiadomości do adresów e-mail pochodzących z baz utworzonych w sposób niezgodny z prawem.

§ 2 Ograniczenia wykorzystania i obowiązki Usługobiorcy

1. W ramach korzystania z funkcji Platformy FCC bezwzględnie zakazane jest rozsyłanie Spam, a także wiadomości e-mail lub SMS, których treść narusza lub może naruszać przepisy powszechnie obowiązującego prawa, dobre obyczaje bądź wprowadza lub może wprowadzać w błąd Odbiorcę oraz:
 - 1) wysyłanie wiadomości e-mail lub SMS na adresy poczty elektronicznej i numery telefonów Odbiorców, dla których Usługobiorca nie jest administratorem tych danych osobowych ani nie powierzono Usługobiorcy przetwarzania tych danych osobowych.
 - 2) wysyłanie wiadomości e-mail lub SMS na adresy e-mail i numery telefonów, które są niekompletne, nieprawidłowe, fikcyjne;
 - 3) Wysyłanie wiadomości e-mail lub SMS na adresy e-mail i numery telefonów Odbiorców, którzy nie wyrazili zgody na otrzymywanie informacji handlowych drogą elektroniczną bezpośrednio Usługobiorcy lub podmiotowi w którego imieniu działa Usługobiorca w danej Kampanii;
 - 4) wysyłanie wiadomości e-mail lub SMS na adresy poczty elektronicznej lub numery telefonów, które zostały zebrane z Internetu lub publicznych baz danych (np. CEIDG) lub skryptów dodających Odbiorców do formularza zapisu na stronie WWW połączonego z platformą FCC, jeżeli do zbierania danych nie został wykorzystany model Double Opt-in;
 - 5) ustawianie w nagłówkach „FROM” (Od) i „REPLY-TO” (Odpowiedz do) wysyłanych wiadomości e-mail nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd adresów e-mail lub numerów telefonów;





- 6) rozsyłanie wiadomości e-mail lub SMS sugerujących wygraną konkursu lub otrzymanie pieniędzy w zamian za rejestrację i/lub pozostawienie danych Odbiorcy na stronie WWW, do której prowadzi link umieszczony w wysyłanej wiadomości;
 - 7) rozsyłanie wiadomości e-mail lub SMS, których treść sugeruje, że Odbiorcy nie wyrazili zgody na otrzymywanie informacji handlowych w rozumieniu Ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną lub art. 398 ustawy z dnia 12 lipca 2024 r. - Prawo komunikacji elektronicznej, a wysłana wiadomość ma na celu weryfikację adresu e-mail lub numeru telefonu Odbiorcy właśnie pod tym kątem;
 - 8) promowanie za pośrednictwem Platformy FCC:
 - a) jakiegokolwiek formy pornografii;
 - b) używek oraz narkotyków;
 - c) działalności kryminalnej lub przestępczej;
 - d) gier cylindrycznych, gier w karty, gier w kości i gier na automatach. Za reklamę i promocję gier cylindrycznych, gier w karty, gier w kości oraz gier na automatach uważa się również reklamę i promocję podmiotów, których wizerunek reklamowy wykorzystuje podobieństwo lub jest tożsamy z oznaczeniem gier cylindrycznych, gier w karty, gier w kości, zakładów wzajemnych, gier na automatach, kasyna gry lub punktu przyjmowania zakładów wzajemnych albo z firmą, nazwą lub oznaczeniem podmiotu prowadzącego działalność w zakresie gier cylindrycznych, gier w karty, gier w kości, zakładów wzajemnych, gier na automatach lub innym symbolem obiektywnie odnoszącym się do takich oznaczeń;
 - 9) wysyłanie do Odbiorców kolejnych wiadomości e-mail lub SMS, którzy zrezygnowali z ich otrzymywania;
 - 10) używanie mylnych, wprowadzających w błąd lub sugerujących inną zawartość tematów wiadomości e-mail, w szczególności używanie prefiksów sugerujących, że jest to odpowiedź na poprzednią wiadomość lub przekazanie wiadomości.
2. Usługobiorca ma obowiązek umieszczania w wysyłanych wiadomościach e-mail w widocznym miejscu informacji o firmie, siedzibie, adresie oraz danych kontaktowych (adres e-mail i numer telefonu). Informacje te muszą być prawdziwe i niebudzące żadnych wątpliwości.
 3. Realizując Kampanię Usługobiorca może wykorzystać wyłącznie taką domenę i adres nadawcy, co do których jest upoważniony do posługiwania się nimi. Dostawca zastrzega sobie prawo do weryfikacji czy Usługobiorca jest upoważniony do posługiwania się domeną i adresem nadawcy w komunikacji z Odbiorcami.
 4. Usługobiorca ma obowiązek zawarcia w każdej masowo wysyłanej wiadomości e-mail linku rezygnacji. Kliknięcie tego linku przez Odbiorcę skutkować będzie wypisaniem z listy Odbiorców, a w konsekwencji nie wysłaniem kolejnych wiadomości do tego Odbiorcy.
 5. Link rezygnacji nie może być ukryty ani zaszyty w innym linku. Link rezygnacji musi być widoczny i prawidłowo opisany w języku rozumianym przez Odbiorcę. Dostawca zastrzega sobie prawo wstrzymania Kampanii, jeżeli w wyniku Moderacji zostanie wykryty brak linku rezygnacji lub jego błędne umieszczenie.

§ 3 Skutki naruszeń

1. Każde naruszenie niniejszej Polityki antyspamowej będzie się wiązało z podjęciem działań przez Dostawcę na podstawie niniejszej polityki antyspamowej.
2. W przypadku naruszenia Polityki antyspamowej Dostawca ma prawo do:
 - 1) wstrzymania realizacji Kampanii;
 - 2) zablokowania możliwości korzystania z funkcji usługi E-mail & SMS Automation bądź ograniczenia zakresu dostępnych funkcji tej usługi;
 - 3) zawieszenia świadczenia Usług zgodnie z Regulaminem.
3. Jeżeli naruszenie Polityki antyspamowej stanowić będzie także naruszenie przepisów powszechnie obowiązującego prawa, Dostawca może powiadomić właściwe organy państwowe.
4. Jeżeli w związku z Kampanią rozpoczętą przez Usługobiorcę:
 - 1) wiadomość e-mail zostanie wysłana na SpamTrap;
 - 2) adres IP używany przez Dostawcę trafi na RBL;
 - 3) domena używana przez Dostawcę trafi na RBL;
 - 4) informacje o niedoręczeniu wiadomości przekroczą 10% ogółu Odbiorców;
 - 5) Dostawca otrzyma od innego dostawcy lub bezpośrednio od Odbiorcy informację o rozsyłaniu Spamu inną niż Spam Complain;
 - 6) notyfikacje SpamComplain przekroczą 1 na 1000 wysłanych wiadomości lub 0,01% Odbiorców w danej Kampanii;
 - 7) Usługobiorca wyśle wirusy, robaki, malware lub inne potencjalnie szkodliwe oprogramowanie;Dostawca ma prawo do zastosowania wszelkich działań opisanych w Polityce antyspamowej oraz Regulaminie bez konieczności wcześniejszego poinformowania Usługobiorcy.

