

Reklama w Internecie

Umowy zawierane z wykorzystaniem Internetu, za pośrednictwem stron WWW, krótkich wiadomości tekstowych popularnie zwanych SMS-ami, czy poczty elektronicznej mają charakter transakcji zawieranych na odległość – w rozumieniu postanowień ustawy z dnia 2 marca 2000 roku o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz.271) (o sprzedaży towarów przez Internet czytaj <http://www.ih.olsztyn.pl/dokumenty/stowpint.pdf>).

Godzi się podkreślić, że jeśli przedsiębiorca składa propozycję zawarcia umowy na odległość i, nie czekając na zamówienie konsumenta, np. wysyła towar, to zawsze działa na własne ryzyko i można go obciążyć kosztami przesyłki zwrotnej (art. 15 ustawy o ochronie niektórych praw...).

Kolejną ustawą dostosowującą nasze prawo do regulacji zawartych w dyrektywach unijnych jest ustawa z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 ze zm.). Zawiera ona m.in. definicję **informacji handlowej**, którą co do zasady jest **każda informacja przeznaczona bezpośrednio lub pośrednio do promowania towarów, usług lub wizerunku przedsiębiorcy lub osoby wykonującej zawód** art. 2 pkt 2).

Jednym z najważniejszych przepisów ustawy jest **art. 10. ust. 1 – zakazujący przesyłania niezamówionej informacji handlowej (tzw. spamu)**. W prawie polskim przyjęto, wzorując się na rozwiązaniach przyjętych w Niemczech i Włoszech, model *opt-in*, tzn. wymagana jest uprzednia zgoda odbiorcy-adresata. Przy czym udostępnienie adresu elektronicznego w celu otrzymywania informacji handlowej uznaje się za zgodę na takie świadczenie. Zgoda klienta-odbiorcy może być w każdym czasie odwołana, a ciężar udowodnienia zgody spoczywa każdorazowo na usługodawcy. Trzeba jednak wyraźnie zaznaczyć, iż ustawowy zakaz nie dotyczy:

- informacji umożliwiającej porozumiewanie się za pomocą środków komunikacji elektronicznej z określoną osobą (np. e-maila zawierającego adres zwrotny i pytanie, czy odbiorca życzy sobie otrzymywać informację handlową),
- informacji o towarach i usługach, która nie służy osiągnięcia efektu handlowego pożądanego przez podmiot zlecający jej rozpowszechnianie (np. gdy czyni on to bez wynagrodzenia).

Wysyłanie informacji handlowych zanim nadawca uzyska na to wyraźną zgodę odbiorcy stanowi wykroczenie, z art. 24 ust. 1 omawianej ustawy, zagrożone grzywną do 5 tys. zł, a jego ściganie następuje na wniosek pokrzywdzonego.

Nie wszyscy zapewne będą decydowali się na postępowanie przed Sądem, ale każdy potencjalny pokrzywdzony powinien rozważyć celowość zainstalowania oprogramowania antyspamowego, które można choćby ściągnąć za darmo z Internetu.