

**TIESIOGINĖS RINKODAROS TELEFONU  
ETIKOS KODEKSAS**

2014 m. rugpjūčio 11 d.

Vilnius



## 1. Įžanginė dalis

1.1. Šis tiesioginės rinkodaros telefonu etikos kodeksą (toliau – *Kodeksas*) pasirašiusios Lietuvos Respublikos įmonės (toliau visos kartu – *Įmonės*, *Šalys*, kiekvienas atskirai – *Įmonė*, *Šalis*), atsižvelgdamos į tai, kad:

- Įmonės siekia tinkamomis ir visuotinai priimtinomis priemonėmis vykdyti teisėtą tiesioginę rinkodarą telefonu;
- šio Kodekso įsigaliojimo metu Lietuvos Respublikos įstatymuose numatyta, jog
  - fizinio asmens duomenys gali būti tvarkomi tiesioginės rinkodaros tikslais tik po to, kai duomenų subjektas duoda sutikimą<sup>1</sup>,
  - naudoti elektroninių ryšių paslaugas, įskaitant elektroninio pašto pranešimų siuntimą, tiesioginės rinkodaros tikslu leidžiama tik gavus išankstinį abonentu ar registruoto elektroninių ryšių paslaugų naudotojo sutikimą<sup>2</sup>,
  - reklama telefonu, telefaksu, teleksu, elektroniniu paštu gali būti teikiama tik reklamos vartotojo sutikimu arba jo prašymu<sup>3</sup>,
  - reklamos savitvarka grindžiama teisingumo, viešumo, objektyvumo, teisėtumo, etiškos reklamos, reklaminės veiklos subjektų nediskriminavimo ir atvirumo principais<sup>4</sup>,
  - ūkio subjektams draudžiama atlikti bet kuriuos veiksmus, prieštaraujančius ūkinės veiklos sąžiningai praktikai ir geriems papročiams, kai tokie veiksmai gali pakenkti kito ūkio subjekto galimybėms konkuruoti ir vienu iš tokių draudžiamų ūkio subjektams veiksmų yra reklamos (įskaitant tiesioginę rinkodarą), kuri gali pažeisti Lietuvos Respublikos teisės aktus, naudojimas<sup>5</sup>,

Žemiau pasirašiusios Įmonės savo iniciatyva ir gera valia parengė bei pasirašė šį Kodeksą dėl telefonu Lietuvoje fiziniams asmenims vykdomos Įmonių tiesioginės rinkodaros, jos teisėtumo principų bei jų įgyvendinimo tvarkos. Šio Kodekso įgyvendinimu Įmonės siekia saugoti bei užtikrinti tinkamą reklamos vartotojų – fizinių asmenų – privatumo apsaugą, kartu siekiant užtikrinti suinteresuotų fizinių asmenų bei visų juridinių asmenų galimybę gauti tinkamą bei išsamią informaciją apie prekes ar paslaugas, o taip pat užtikrinti ir Įmonių – kaip reklamos davėjų – sąžiningos konkurencijos laisvę.

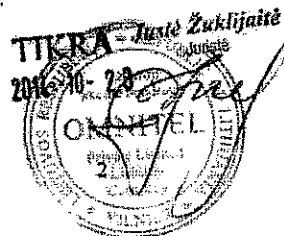
<sup>1</sup> – Lietuvos Respublikos asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymo 14 str. (Žin., 1996, Nr. 63-1479, 2011-05-28 redakcija).

<sup>2</sup> – Lietuvos Respublikos elektroninių ryšių įstatymo 69 str. 1 d. (Žin., 2004, Nr. 69-2382, 2014-01-01 redakcija).

<sup>3</sup> – Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 13 str. (Žin., 2000, Nr. 64-1937, 2013-11-23 redakcija).

<sup>4</sup> – Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 20 str. (Žin., 2000, Nr. 64-1937, 2013-11-23 redakcija).

<sup>5</sup> – Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 15 str. 1 d. 7 p. (Žin., 1999, Nr. 30-856, 2014-01-08 redakcija).



**1.2. Kodekse naudojamos pagrindinės sąvokos:**

**1.2.1. Tiesioginė Rinkodara Telefonu** – telefonu skleidžiama įmonės reklama, kurios metu fiziniams asmenims jų asmeninėms reikmėms, nesusijusioms su jų amatu, verslu ar profesija tikslams (t. y. vartotojo asmeniniams, šeimos ar namų ūkio poreikiams tenkinti) yra tiesiogiai siūlomos įmonės prekės ar paslaugos ir (arba) teiraujamaši minėtų asmenų nuomonės dėl įmonės siūlomų prekių ir/arba paslaugų, ir/arba įmonės iniciatyva renkama informacija, kuri vėliau gali būti naudojama tiesioginės rinkodaros vykdymo (telefonu) tikslais.

**1.2.2. Įmonė** – Tiesioginės Rinkodaros Telefonu veiksmus atliekanti šį Kodeksą pasirašiusi Šalis ir/ar tokios Šalies pasitelktas trečiasis asmuo, Tiesioginės Rinkodaros Telefonu veiksmus atliekantis įmonės vardu ir/arba įmonės naudai.

**1.2.3. Vartotojo sutikimas dėl Tiesioginės Rinkodaros Telefonu** – iki tiesioginio susisieki mo su asmeniu pradžios įmonei pateiktas fizinio asmens – ne Esamo įmonės kliento (Vartotojo) – sutikimas dėl būsimo įmonės Tiesioginės Rinkodaros Telefonu vykdymo fiziniam asmeniui sutikime nurodytu (-ais) telefono numeriu (-iais).

**1.2.4. Vartotojas** – fizinis asmuo – ne Esamas įmonės klientas.

**1.2.5. Esamas įmonės klientas** – fizinis asmuo, sudaręs su įmone galiojančią elektroninių ryšių paslaugų teikimo ir/ar prekių pardavimo sutartį, įskaitant ir konkludentiniais veiksmais sudarytas sutartis dėl išankstinio mokėjimo ar kitokių elektroninių ryšių paslaugų teikimo kiekvienu atskiru konkrečiu telefono numeriu, kuomet toks telefono numeris veikia įmonės ryšio tinkle. Įmonės klientas laikomas esamu klientu iki įmonės ir kliento sudarytos elektroninių ryšių paslaugų ir/ar prekių teikimo sutarties nutraukimo dienos imtinai. Numerio perkėlimo atveju sutarties nutraukimo diena laikoma numerio perkėlimo į kitą ryšio tinklą diena (imtinai).

**1.2.6. Kitos sąvokos, naudojamos šiame Kodekse, jei nepateikta kitaip, suprantamos kaip jos apibrėžtos Lietuvos Respublikos asmens duomenų teisinės apsaugos įstatyme, Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme, Lietuvos Respublikos elektroninių ryšių įstatyme bei kituose taikytinuose Lietuvos Respublikos teisės aktuose.**

**1.3. Įmonės laikosi nuomonės, jog tiesioginė rinkodara telefonu juridiniams asmenims nepažeidžia fizinių asmenų privatumo interesų ir todėl tiesioginės rinkodaros telefonu juridiniams asmenims atveju negali būti taikomos tos pačios teisinio reguliavimo nuostatos kaip tiesioginės rinkodaros fiziniams asmenims atveju – t. y. juridiniams asmenims skirtų prekių ir/ar paslaugų tiesioginė rinkodara telefonu juridiniams asmenims, viešai skelbiamais tokių juridinių asmenų telefonais, yra galima ir nesant fizinio asmens – juridiniam asmeniui priklausančio telefono numerio naudotojo – sutikimo.**



## 2. TIESIOGINĖS RINKODAROS TELEFONU TEISĖTO VYKDYMO SĄLYGOS

2.1. Įmonės įsipareigoja vykdydamos Tiesioginę Rinkodarą Telefonu laikytis Lietuvos Respublikos asmens duomenų apsaugos įstatymo, Lietuvos Respublikos elektroninių ryšių įstatymo, Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo ir kitų teisės aktų reikalavimų, o taip pat sąžiningos veiklos praktikos ir moralės principų.

2.2. Įmonė turi teisę vykdyti Tiesioginę Rinkodarą Telefonu Vartotojui tik turėdama išankstinį (t. y. gautą iki tiesioginio susisiekiimo telefonu su Vartotoju Tiesioginės Rinkodaros Telefonu tikslu pradžioje) Vartotojo sutikimą dėl Tiesioginės Rinkodaros. Vartotojo sutikimas gaunamas Tiesioginės Rinkodaros Telefonu tikslu vykdomo skambučio Vartotojui metu (pokalbio pradžioje ar pan.) nera laikomas išankstiniu.

2.3. Vartotojo sutikimo dėl Tiesioginės Rinkodaros Telefonu Įmonės sieks tik teisėtai ir etiškais būdais, nepažeidžiant asmens teisių į privatumą. Įmonei draudžiama bet kokiais klaidinančios ar agresyvios komercinės veiklos veiksmais skatinti ar inicijuoti Vartotojo sutikimo dėl Tiesioginės Rinkodaros Telefonu pateikimą.

2.4. Prieš gaunant Vartotojo sutikimą dėl Tiesioginės Rinkodaros Telefonu, Įmonės suteiks Vartotojui išsamią informaciją apie Tiesioginės Rinkodaros Telefonu tikslus ir priemones, sudarys galimybes nevykdant spaudimo Vartotojui laisva valia pasirinkti, ar pateikti tokį sutikimą.

2.5. Vartotojo sutikimas dėl Tiesioginės Rinkodaros Telefonu gali būti gaunamas įskaitant, bet neapsiribojant žemiau nurodytais būdais:

2.5.1. Vartotojui asmeniškai kreipiantis į Įmonę ir/ar paštu pateikiant rašytinės formos Vartotojo sutikimą dėl Tiesioginės Rinkodaros Telefonu;

2.5.2. Vartotojui telefonu kreipiantis į Įmonę ir pateikiant žodinės formos Vartotojo sutikimą dėl Tiesioginės Rinkodaros Telefonu;

2.5.3. Vartotojui pateikiant Įmonei elektroninės formos Vartotojo sutikimą dėl Tiesioginės Rinkodaros Telefonu internetu, elektroniniu paštu ar kitomis elektroninių ryšių priemonėmis;

2.5.4. kitu Vartotojui ir Įmonei priimtiniu būdu pateikiant Įmonei Vartotojo sutikimą dėl Tiesioginės Rinkodaros Telefonu, kai tokį Vartotoją galima nedviprasmiškai identifikuoti.

2.6. Vartotojo sutikimas dėl Tiesioginės Rinkodaros Telefonu vykdymo sutikime nurodytu telefono numeriu turi būti aiškus bei nedviprasmiškas ir pateiktas laisva valia. Taip pat Vartotojui turi būti suteikta aiški informacija apie Vartotojo sutikimo dėl Tiesioginės Rinkodaros Telefonu galiojimo trukmę ir galimybę bei būdus atšaukti pateiktą Vartotojo sutikimą. Sutikimo galiojimas turi būti protingos ir savo tikslams proporcingos trukmės, kuri maksimaliai atitiktų Vartotojo interesus. Stekdamos užtikrinti Vartotojo interesus bei jo privatumo apsaugą, Įmonės ne rečiau kaip kas tris mėnesius atnaujins turimą Vartotojo sutikimo informaciją, pasiteiraudamos Vartotojo nuomonės dėl tolesnio Įmonės Tiesioginės Rinkodaros Telefonu vykdymo.

*Tiesioginės rinkodaros telefonu etikos kodeksas*



2.7. Įmonė yra atsakinga, kad Vartotojo sutikimas dėl Tiesioginės Rinkodaros Telefonu būtų tinkamai gautas ir užfiksuotas (pvz., pateiktas raštu, patvirtintas SMS žinute, garso įrašu ir pan.), bei išsaugotas visą Vartotojo sutikimo dėl Tiesioginės Rinkodaros Telefonu galiojimo laikotarpį ir mažiausiai vieną mėnesį po tokio laikotarpio pabaigos.

2.8. Tiesioginė rinkodara Telefonu Esamų Įmonės klientų atžvilgiu vykdoma atsižvelgiant į Lietuvos Respublikos asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymo 14 str. 4 d. bei Lietuvos Respublikos elektroninių ryšių įstatymo 69 str. 2 d. nuostatas. Esamiems Įmonės klientams negali būti sudaromi apsunkinimai atsisakyti jų duomenų naudojimo Įmonės tiesioginės rinkodaros tikslu, reikalaujant atvykti į Įmonės veiklos vietą ar kitaip nepagrįstai apsunkinant Esamo Įmonės kliento galimybes pateikti savo atsisakymą.

### 3. KODEKSO GALIOJIMAS, KEITIMO IR NUTRAUKIMO SĄLYGOS

3.1. Šis Kodeksas įsigalioja nuo 2014 m. rugpjūčio 11 d.

3.2. Šis Kodeksas galioja neterminuotą laikotarpį, iki kol yra nutraukiamas arba baigia galioti Kodekse numatyta tvarka.

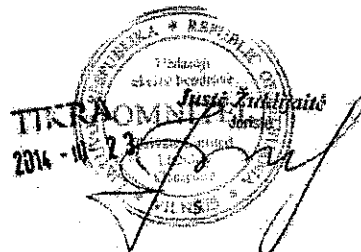
3.3. Šis Kodeksas gali būti keičiamas atsižvelgiant į teisės aktų pasikeitimus, institucijų rekomendacijas ar Įmonės (-ių) pateiktus pasiūlymus. Kodekso pakeitimai galioja, jei buvo atlikti raštu ir pasirašyti visų Įmonių.

3.4. Bet kuri Įmonė gali vienašališkai nutraukti savo įsipareigojimų pagal šį Kodeksą vykdymą iš anksto pranešdama apie tai raštu Kodeksą pasirašiusioms visoms Šalims.

3.5. Vienai iš Įmonių nutraukus savo įsipareigojimų pagal šį Kodeksą vykdymą, Kodeksas lieka galioti jį pasirašiusioms ir nustatyta tvarka Kodekse numatytų įsipareigojimų vykdymo nenutraukusioms Šalims. Tuo atveju, jeigu įsipareigojimų pagal šį Kodeksą vykdymą nutraukia paskutinė Įmonė, Kodeksas baigia galioti automatiškai.

3.6. Kodekso galiojimas gali būti nutraukiamas visų jas pasirašiusių Šalių bendru rašytiniu susitarimu.

3.7. Prie šio Kodekso gali prisijungti bet kurios įmonės, organizacijos ar institucijos, kurioms priimtinos šio Kodekso nuostatos. Apie savo sprendimą laikytis šio Kodekso tokios įmonės, organizacijos ar institucijos raštu praneša jį pasirašiusioms Įmonėms, nurodydamos datą nuo kurios laikysis Kodekso nuostatų, o tokių įmonių, organizacijų ar institucijų sąrašas skelbiamas viešai kartu su Kodekso tekstu.



Šalis, pasirašydamos šį dokumentą, patvirtina aukščiau išdėstyto susitarimo tekstą kaip atitinkantį kiekvienos iš Šalių valią bei ketinimus ir įsipareigoja nuo 2014 m. rugpjūčio 11 d. savo veikloje vykdydamos Tiesioginę Rinkodarą Telefonu laikytis Kodekse numatytų reikalavimų:

UAB „Tele2“ vardu  
Generalinis direktorius  
Petras Masiulis

UAB „Omnitel“ vardu  
Prezidentas  
Dan Strömberg

UAB „Bitė Lietuva“ vardu  
Generalinio direktoriaus pavaduotojas  
Nikita Sergienko

UAB „Tele2“  
Sporto g. 7A  
LT-09200 Vilnius  
[monės kodas 111471645]

UAB „Omnitel“  
T. Ševčenkos g. 25  
LT-03503 Vilnius  
[monės kodas 110303282]

UAB „Bitė Lietuva“  
Žemaitės g. 15  
LT-03504 Vilnius  
[monės kodas 110688998]

Tiesioginės rinkodaros telefonu etikos kodeksas

