

De nieuwe reglementering aangaande de elektronische boodschappen – Rol van de Commissie

29 oktober 2003

Te onthouden:

De [Commissie voor de bescherming van de persoonlijke levenssfeer](#) werd opgericht bij de [wet van 8 december 1992](#) tot bescherming van de persoonlijke levenssfeer ten opzichte van de verwerking van persoonsgegevens. Zij krijgt hierbij onder meer een bemiddelende en adviserende rol in een aantal privacybedreigende kwesties. Haar bevoegdheid is daarbij beperkt tot gevallen waarin de persoonlijke levenssfeer van de burgers bedreigd wordt door een mogelijk ongeoorloofde verwerking van gegevens aan de hand waarvan deze kunnen worden geïdentificeerd. Hierdoor krijgt de Commissie meteen ook een rol te spelen in de bestrijding van spam. Spam is immers hét fenomeen bij uitstek waarbij de persoonsgegevens van nietsvermoedende burgers worden gebruikt, misbruikt en verhandeld zonder hun toestemming.

Met de [wet van 11 maart 2003](#) trad België als eerste land in de Europese Unie op tegen spam door de verzending ervan zonder de voorafgaande toestemming van de ontvanger te verbieden, behoudens enkele uitzonderingen (een zogenaamd *soft opt-in*-stelsel). Gegevens die men na de inwerkingtreding van deze wet inzamelt mogen met andere woorden in principe niet zonder toestemming van de ontvanger gebruikt worden om spam te verzenden. Wat betreft eerder ingezamelde gegevens, bevat de wet echter geen overgangsregeling. Hierdoor zitten ook legitieme adverteerders met een probleem: hoe kunnen zij hun (potentiële) klanten contacteren met hun nochtans regelmatig ingezamelde gegevens?

De [Commissie](#) heeft in deze kwestie een overgangsbeleid gevoerd naar Frans voorbeeld. Ondernemingen die op een wettelijke wijze een adressenbestand hebben opgebouwd kregen hierdoor tot 31 december 2003 de toestemming om hun klanten nog éénmaal te contacteren, en dit uitsluitend om te vragen of zij in de toekomst nog commerciële boodschappen willen ontvangen. Een gebrek aan een antwoord zou daarbij als een weigering moeten worden geïnterpreteerd. De Commissie hoopte op die manier de privacy van de ontvangers afdoende te beschermen en legitieme marketingondernemingen tegelijkertijd een kans te bieden om hun investering te beschermen.

Sleutelbegrippen:

Telecommunicatie – Elektronische handel – Ongewenste elektronische commerciële boodschappen – Spam – Commissie voor de bescherming van de persoonlijke levenssfeer.

Inhoudsopgave van de bespreking:

- A. [Inleiding: Spam en de Belgische wet](#)

- B. [De rol van de Commissie voor de bescherming van de persoonlijke levenssfeer](#)
- C. [Probleemstelling](#)
- D. [Standpunt van de Commissie](#)

Bespreking:

- A. Inleiding: Spam en de Belgische wet

Eén van de grootste plagen op het internet is momenteel de alomtegenwoordigheid van *spam*. 'Spam' is de meest gangbare benaming¹ voor de ongewenste commerciële boodschappen die de gemiddelde internaut dagelijks massaal via zijn e-mail ontvangt. Vaak gaat het daarbij om reclame voor goedkope leningen, geneesmiddelen of pornografische sites, afkomstig van veelal onbetrouwbare ondernemingen.

De ontvanger van deze ongewenste reclame staat meestal machteloos tegen de activiteiten van dergelijke 'spammers'. Vaak wordt het verzendend e-mailadres immers vervalst, zodat de ontvanger niet kan vragen om geen nieuwe spam te ontvangen. Wanneer er wel een mogelijkheid wordt geboden om het eigen e-mailadres te laten verwijderen uit de databank van de spammer, dan maakt de ontvanger hier best geen gebruik van. Meestal heeft dit namelijk als enige resultaat dat de spammer nog meer ongewenste mails zal verzenden. Nu weet hij immers dat zijn spam door iemand wordt gelezen...

Een reactie van de wetgever tegen een dergelijk hinderlijk fenomeen kon dan ook niet uitblijven. Met de [wet van 11 maart 2003](#) trad België als eerste land in de Europese Unieⁱⁱ op tegen spam. De verzending ervan zonder de voorafgaande toestemming van de ontvanger werd verboden, behoudens enkele uitzonderingen (een zogenaamd *soft opt-in*-stelsel). In principe mogen er dus geen commerciële mails meer worden verzonden zonder de voorafgaande vrije, specifieke en geïnformeerde toestemming van de bestemming.

Daarbij moet de verzender een aantal gegevens opnemen in zijn berichten, zoals zijn identiteit en een beschrijving van de procedure die de ontvanger moet volgen om geen commerciële berichten meer te ontvangen.

In enkele gevallen mag er wel nog commerciële e-mail worden verzonden zonder de voorafgaande toestemming van de bestemming. Kort samengevat is dit enkel mogelijk als de bestemming al eerder commerciële relaties heeft onderhouden met de verzender, en als de e-mails reclame bevatten voor producten en diensten die vergelijkbaar zijn met degene die de bestemming eerder heeft aangekocht. Ook in dit geval moet de bestemming natuurlijk de mogelijkheid krijgen zijn e-mailadres te laten verwijderen uit de databank van de verzender.

- B. De rol van de Commissie voor de bescherming van de persoonlijke levenssfeer
De [Commissie voor de bescherming van de persoonlijke levenssfeer](#) werd opgericht bij de [wet van 8 december 1992](#) tot bescherming van de persoonlijke levenssfeer ten opzichte van de verwerking van persoonsgegevens (W.V.P.). Zij kreeg onder meer een bemiddelende, adviserende en controlerende rol in een aantal privacybedreigende kwesties. Haar bevoegdheid is beperkt tot gevallen waarin de persoonlijke levenssfeer

van de burgers wordt bedreigd omdat gegevens waarmee ze kunnen worden geïdentificeerd worden verwerkt op een ongeoorloofde manierⁱⁱⁱ.

Een voorbeeld van een dergelijke ongeoorloofde verwerking is de verkoop van e-mailadressen aan een onderneming die geen enkele band heeft met de eigenaars van de adressen. Dit is één van de manieren waarop spammers hun lijsten met e-mailadressen bekomen, en waarmee ze eventueel extra inkomen kunnen verwerven. Hierdoor krijgt de Commissie meteen ook een rol te spelen in de bestrijding van spam. Spam is immers hét fenomeen bij uitstek waarbij de persoonsgegevens van nietsvermoedende burgers worden gebruikt, misbruikt en verhandeld zonder hun toestemming.

De Commissie heeft zowel een adviserende, bemiddelende als controlerende rol bij de opvolging van de naleving van de W.V.P. Dit houdt dus ook in dat zij mag optreden tegen spammers. De leden van de Commissie hebben voor hun controlerende functie de hoedanigheid van officier van gerechtelijke politie (artikel 32 §1 W.V.P.) en kunnen misdrijven aangeven bij de procureur des Konings (artikel 32 §2 W.V.P.)

C. Probleemstelling

Natuurlijk mag commerciële e-mail niet per definitie met spam worden gelijkgesteld. Sommige van deze e-mails zijn immers afkomstig van legitieme adverteerders die zich steeds aan de toepasselijke regels hebben gehouden.

Voor deze groep stelde er zich een probleem. In de loop der jaren hebben zij immers ook een doelgroepbestand opgebouwd met personen die geïnteresseerd zijn in commerciële aanbiedingen, of die er minstens geen bezwaar tegen hebben. De nieuwe wet bevat echter geen overgangsregeling om dit adressenbestand op een legale manier te valideren. Hoe kunnen zij immers hun (potentiële) klanten contacteren om hun toestemming te verkrijgen (of te hernieuwen), als het verzenden van dit eerste bericht op zich als spam wordt beschouwd?

Legitieme adverteerders zagen zich hierdoor geconfronteerd met een onaangename keuze: verdergaan met het verzenden van berichten zonder expliciete toestemming (waardoor ze strafbaar zouden zijn) of hun activiteiten staken. Het spreekt voor zich dat er een oplossing moest worden gevonden voor deze toestand.

D. Standpunt van de Commissie

De Commissie [maakte bekend](#) dat zij in deze kwestie een overgangsbeleid zou voeren naar Frans voorbeeld. Gedurende de eerste twee maanden na de inwerkingtreding van het spamverbod zou zij niet optreden tegen adverteerders die hun cliënten op eigen initiatief contacteren om hen te vragen of zij verder nog publicitaire berichten wensen te ontvangen.

Het spreekt voor zich dat de Commissie enkel voor de verzending van dit eerste bericht niet zal optreden, en dat zij enkel voor zichzelf kan spreken (en niet namens andere handhavingsinstanties). Desondank werd er toch al minstens éénmaal door een rechtbank [toepassing gemaakt van een gelijkaardige uitzonderingsregel](#). In deze rechtszaak werd er zelfs geen overgangstermijn vermeldt, zodat het mogelijk zou zijn dat de regel ook in de toekomst nog zou worden toegepast.

Indien de adverteerder na dit eerste bericht nog andere boodschappen verstuurt naar personen op zijn adressenlijst zonder daarvoor hun toestemming te hebben ontvangen, dan zal de Commissie wel optreden. Deze flexibele houding neemt de Commissie vanzelfsprekend alleen aan ten opzichte van adverteerders die hun adressenbestand op een legitieme manier hebben verkregen.

Op die manier kregen ondernemingen die op een wettelijke wijze een adressenbestand hadden opgebouwd tot 31 december 2003 de mogelijkheid om hun klanten nog éénmaal contacteren, en dit uitsluitend om hen te vragen of zij in de toekomst nog commerciële boodschappen willen ontvangen. Een gebrek aan een antwoord zou daarbij als een weigering moeten worden geïnterpreteerd.

De Commissie stelde zelfs een standaardmodel van e-mail voor die de adverteerders zouden kunnen gebruiken. Dit model kan bekeken worden in [de officiële mededeling van de Commissie](#) en op [de website van de Belgian Direct Marketing Association](#).

De Commissie hoopte op die manier de privacy van de ontvangers afdoende te beschermen en legitieme marketingondernemingen tegelijkertijd een kans te bieden om hun investering te beschermen.

Bespreking opgesteld door ICRI, gecoördineerd door Hans GRAUX.

ⁱDe precieze oorsprong van het woord 'spam' is onzeker. 'Spam' is in Engelstalige landen een algemeen aanvaarde term voor een bepaald vleesprodukt van twijfelachtig allooi. De naam zelf zou een samentrekking zijn van hetzij "shoulder **pork and ham**", hetzij "**spiced ham**"). De meest gangbare verklaring is dat de term afkomstig zou zijn uit een fragment uit de comedyserie Monty Python's Flying Circus. In het fragment wenst een dame een maaltijd te bestellen in een snackbar, die echter enkel gerechten met 'spam' serveert. Na de volledige menukaart te hebben gehoord (en dus enkele tientallen keren met 'spam' te worden geconfronteerd), roept de vrouw vertwijfeld uit dat ze helemaal geen 'spam' wil. Naar verluidt vonden de bedenkers van de term de analogie met ongewenste reclame treffend.

ⁱⁱDeze wet was overigens de omzetting van een Europese Richtlijn, namelijk [richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt \(«Richtlijn inzake elektronische handel»\)](#).

ⁱⁱⁱDit is natuurlijk een erg summiere samenvatting van een redelijk complexe wet. Voor een volledige bespreking verwijzen we naar de uiteenzetting [elders op deze site](#).