



# КОДЕКС МОБІЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ

*Рекламування товарів, робіт і послуг через телекомунікаційні мережі*

## 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

**1.1.** Кодекс мобільного маркетингу щодо рекламування товарів, робіт і послуг через телекомунікаційні мережі (далі - Кодекс) визначає основні принципи та умови здійснення маркетингових заходів, що передбачають рекламування товарів, робіт і послуг через телекомунікаційні мережі (далі - Маркетинговий захід).

**1.2.** Ключовим принципом рекламування товарів, робіт і послуг через телекомунікаційні мережі є дотримання положень чинного законодавства України, захист прав та охоронюваних законом інтересів споживачів. Взаємовідносини між суб'єктами господарювання, що здійснюють Маркетингові заходи, та споживачами повинні ґрунтуватись на повазі та взаєморозумінні.

**1.3.** Цей Кодекс застосовується до рекламодавців, операторів, провайдерів телекомунікацій, контент провайдерів, інших суб'єктів господарювання, що здійснюють рекламування товарів, робіт і послуг через телекомунікаційні мережі на території України.

## 2. МЕТА

Метою цього Кодексу є визначення принципів, умов і порядку рекламування товарів, робіт і послуг через телекомунікаційні мережі на території України, а також урегулювання взаємовідносин між споживачами та суб'єктами господарювання, що здійснюють Маркетингові заходи.

## 3. ВИБІР І РЕЄСТРАЦІЯ СПОЖИВАЧА

**3.1.** Вибір і реєстрація споживача для участі в Маркетинговому заході повинні бути чіткими, прозорими, однозначними та здійснюватися за допомогою передавання текстових повідомлень (далі - SMS), мультимедійних повідомлень (далі - MMS), веб-сайтів, здійснення телефонних дзвінків (зокрема, на лінію 0-800) або подання паперових анкет. Належна реєстрація свідчить про вибір споживача та його згоду з умовами Маркетингового заходу. Споживачеві може надсилатися маркетингова чи інша інформація, що стосується товарів, робіт і послуг, у Маркетингових заходах яких зареєструвався споживач, окрім випадків, коли відправник зобов'язаний інформувати споживача про товари, роботи і послуги відповідно до вимог чинного законодавства України. У разі надходження звернень споживачів, суб'єкт господарювання, що проводить Маркетинговий захід, повинен належним чином підтвердити реєстрацію споживача та забезпечити технічну можливість припинення відправлення останньому інформації у вигляді SMS, MMS тощо.

**3.2.** Суб'єкт господарювання, що проводить Маркетинговий захід, може надсилати споживачу додаткову інформацію про інші товари, роботи та послуги, що не стосуються Маркетингового заходу, в якому зареєструвався споживач, лише за умови надання споживачем попередньої згоди на отримання такої інформації.

## 4. ПОВІДОМЛЕННЯ

**4.1.** У випадку, якщо під час проведення Маркетингового заходу розігруються призи та/або подарунки, суб'єкт господарювання, що проводить Маркетинговий захід, повинен поінформувати учасника такого заходу про результати розіграшів у той самий спосіб, яким учасник зареєструвався для участі в заході. Додатково, для забезпечення оперативності й



зручності, суб'єкт господарювання, що проводить Маркетинговий захід, на свій розсуд може використовувати інші способи інформування споживача. Інформація про результати розіграшів також повинна розміщуватися на веб-сайті Маркетингового заходу та/або суб'єкта господарювання, що його проводить.

**4.2.** Тексти повідомлень, що розсилаються в межах Маркетингового заходу на радіотелефони мобільного зв'язку споживачів, повинні бути чіткими, зрозумілими, містити тільки достовірну інформацію, не бути двозначними та не містити перебільшень, узагальнень і неточностей.

**4.3.** У рекламних матеріалах суб'єкт господарювання, що проводить Маркетинговий захід, зобов'язаний вказати достовірну інформацію про вартість реєстрації в Маркетинговому заході. Інформація про вартість повинна бути вказана виразно та явно, виділена та/або відокремлена від іншого тексту (наприклад, іншим кольором, більшим або напівжирним шрифтом тощо).

**4.4.** У тексті повідомлення, що відправляється споживачу в межах Маркетингового заходу, повинен чітко вказуватися відправник шляхом зазначення назви суб'єкта господарювання/торговельної марки в альфаномері та/або в тексті повідомлення.

## **5. ПРИПИНЕННЯ УЧАСТІ В МАРКЕТИНГОВОМУ ЗАХОДІ**

**5.1.** Споживач має право відмовитись від отримання повідомлень та інформації, що розсилаються в межах Маркетингового заходу. Право споживача повинно забезпечуватися технічною можливістю, що має надаватися протягом дії Маркетингового заходу в той самий спосіб, яким споживач зареєструвався в заході, зокрема шляхом відправлення відповідного SMS. Універсальною SMS командою для припинення участі в Маркетинговому заході має бути слово «STOP» або «СТОП» (допускається написання латиницею / кирилицею, великими/малими літерами тощо). Споживач повинен отримати підтвердження про вилучення його зі списку учасників Маркетингового заходу в той самий спосіб, яким споживач у ньому зареєструвався. Після припинення участі в Маркетинговому заході споживач не повинен отримувати будь-які повідомлення / інформацію, що розсилаються в межах Маркетингового заходу, зокрема про поточний і чергові заходи.

**5.2.** У текстах SMS і MMS, ініціатором яких є виробник товарів, робіт і послуг і для ідентифікації якого використовується його назва чи альфаномер, обов'язково має вказуватися телефонний номер служби сервісної підтримки споживачів, за яким споживач матиме можливість отримати більш вичерпну інформацію чи відмовитися від участі в Маркетинговому заході.

## **6. ОБМЕЖЕННЯ**

**6.1.** Передавання повідомлень споживачу на радіотелефон мобільного зв'язку повинно здійснюватися з понеділка по п'ятницю з 10:00 до 21:00 год., із суботи по неділю з 10:00 до 19:00 год. Суб'єкт господарювання, що проводить Маркетинговий захід, зобов'язаний слідкувати за тим, щоб повідомлення рекламного/інформаційного характеру без запиту споживача відправлялися йому не частіше 1 (одного) разу на 2 (дві) доби, якщо споживач не замовив іншу періодичність.

**6.2.** Суб'єктам господарювання, що проводять Маркетингові заходи, забороняється:

**6.2.1.** Розповсюджувати в будь-якій формі інформацію порнографічного характеру;

**6.2.2.** Розповсюджувати в будь-якій формі інформацію, що пропагує війну, національну та релігійну ворожнечу, зміну шляхом насильства конституційного ладу чи територіальної цілісності України; пропагує фашизм і неофашизм; принижує чи ображає націю чи особистість



за національною ознакою; пропагує бузувірство, блюзнірство, неповагу до національних і релігійних святинь; принижує особистість, є проявом знуцання з приводу фізичних вад (каліцтва), з душевнохворих, літніх людей; пропагує невігластво, неповагу до батьків; пропагує наркоманію, токсикоманію, алкоголізм, тютюнопаління та інші шкідливі звички;

6.2.3. Розповсюджувати в будь-якій формі інформацію політичного змісту, що стосується, прямо чи опосередковано, виборчого процесу, політичної агітації та пропаганди, а також релігійного змісту, що може вводити споживачів в оману (наприклад, щодо чудодійних і цілющих властивостей продукції тощо), а також стосується, прямо чи опосередковано, релігійної агітації та пропаганди.

6.3. Розповсюдження в будь-якій формі інформації еротичного характеру, що містить елементи насильства та жорстокості, дозволяються виключно за умови дотримання обмежень, встановлених законодавством.

6.4. При розповсюдженні інформації суб'єкти господарювання, що здійснюють Маркетингові заходи, повинні зазначати інформацію про організатора Маркетингового заходу, технічного партнера, його найменування, адресу, тощо.

6.5. При розповсюдженні інформації, що стосується тютюнової чи алкогольної продукції (в тому числі слабоалкогольних напоїв), інформації сексуального/erotичного характеру, політичного та релігійного змісту, суб'єкти господарювання, що здійснюють Маркетингові заходи, зобов'язані дотримуватись вимог і обмежень, визначених чинним законодавством України, зокрема, але не обмежуючись:

6.5.1. Зазначати інформацію, що Маркетинговий захід проводиться тільки для повнолітніх осіб;

6.5.2. При розповсюдженні інформації, що стосується тютюнових виробів робити вказівку, що захід проводиться тільки для повнолітніх осіб, які палять;

6.5.3. При розповсюдженні інформації, що стосується алкогольної та/або тютюнової продукції, зазначати інформацію про шкоду вживання алкоголю й тютюну;

6.6. Інформація, що стосується обмежень, застережень щодо змісту повідомлення повинна бути вказана виразно та явно, виділена та/або відокремлена від іншого тексту (наприклад, іншим кольором, більшим або напівжирним шрифтом тощо).

## 7. КОНФІДЕНЦІЙНІСТЬ

Інформація про споживача є інформацією з обмеженим доступом і може надаватись виключно в порядку й на умовах, визначених чинним законодавством України.

*Контакт для додаткової інформації:*

### Назар Гриник

Керівник секції мобільного маркетингу  
Української асоціації директ-маркетингу  
04116, Україна, Київ, вул. Старокиївська, 10 Г  
+38(044)490-90-88;  
[info@uadm.com.ua](mailto:info@uadm.com.ua)  
[www.uadm.com.ua](http://www.uadm.com.ua)