



**Guide för användning av robotsamtal och andra liknande automatiska system för
individuell kommunikation som inte betjänas av enskild**

Vad är Kontaktas guide för robotsamtal?

I Kontaktas Etiska riktlinjer avseende god sed vid försäljning och marknadsföring över telefon för konsumenter framgår att robotsamtal omfattas av marknadsföringslagens krav på samtycke på förhand. I vår guide för användning av robotsamtal och andra liknande automatiska system för individuell kommunikation som inte betjänas av enskild beskriver vi vad som är ett robotsamtal, hur robotsamtal förhåller sig till gällande lagstiftning och vad ni bör tänka på vid användning av robotsamtal i er förmedling av telefonförsäljning och kundservice.

Vad är ett robotsamtal?

Ett robotsamtal är ett samtal som spelar upp förinspelade- eller programmerade meddelanden som inte genomförs av en Agent eller annan enskild fysisk person. Påringning kan ske manuellt eller genom automatiska uppringningssystem.

Hur förhåller sig robotsamtal till gällande lagstiftning?

Kommersiell kommunikation som sänds ut, men som inte utgör eller kan likställas med kommunikation i försäljnings- eller marknadsföringssyfte, omfattas inte direkt av marknadsföringslagstiftning och får därmed genomföras utan den fysiska personens samtycke. Till exempel kan det vara kommunikation vars enda syfte är vård av kundregister, frågor om att övergå från faktura på papper till digital faktura eller andra typiska och rena kundservicemeddelanden.

Marknadsföringslagens regler gäller däremot för sådan kommersiell kommunikation som sker i försäljnings- eller marknadsföringssyfte (s.k. reklam). Av Marknadsföringslagen följer att företag vid marknadsföring till en fysisk person endast får använda e-post, telefax eller sådana uppringningsautomater eller andra liknande automatiska system för individuell kommunikation som inte genomförs av någon enskild, om den fysiska personen har samtyckt till det på förhand. Det innebär att ni, vid användning av robotsamtal eller andra liknande automatiska system för individuell kommunikation som inte betjänas av någon enskild, behöver inhämta den fysiska personens samtycke innan ni kontaktar personen.

Innan personen lämnar sitt samtycke till att bli kontaktad ska personen få tillräcklig information om vad samtycket innebär och att personen kan komma att bli kontaktad av företaget i försäljnings- och marknadsföringssyfte genom robotsamtal eller andra liknande automatiska system för individuell kommunikation som inte betjänas av någon enskild.

Ni behöver däremot inte inhämta den fysiska personens samtycke om följande punkter är uppfyllda;

1. kontaktuppgifterna till personen har samlats in från personen själv i samband med försäljning av en vara eller tjänst från det uppringande företaget,
2. personen har i samband med försäljning informerats om att kontaktuppgifterna kan användas för marknadsföringsändamål med robotsamtal eller andra liknande automatiska system och har erbjudits möjlighet att avstå framtida kontakt,
3. personen är kund eller har varit kund hos det uppringande företaget inom de senaste 12 månaderna, och
4. marknadsföringen avser egna likartade varor och tjänster.

För att undantaget ska bli tillämpligt måste den fysiska personen ha fått tillräcklig information på förhand, den fysiska personen måste informeras om vilka kontaktuppgifter och vilka kanaler som ni kan komma att använda för att kontakta personen i försäljnings- och

marknadsföringssyfte, till exempel att kunden kan komma att kontaktas genom robotsamtal. Ni behöver se till att den fysiska personen har fått möjlighet att avstå från att bli kontaktad av er genom robotsamtal eller genom andra kanaler och att den fysiska personen fortsatt får möjlighet att avstå från att bli kontaktad vid varje kommunikationstillfälle.

Vad bör ni tänka på?

Det viktigt att ni utreder om er användning av robotsamtal eller andra liknande automatiska system sker i försäljnings- eller marknadsföringssyfte, d.v.s. om kommunikationen är att anse som reklam eller inte. Försäljning-och marknadsföringsbegreppet kan anses brett och inrymmer många olika aktiviteter som ett företag bedriver. Som företag bör ni därför vara noggranna och vaksamma i era bedömningar om huruvida er användning av robotsamtal eller annan kommunikation, i någon del, sker i försäljnings- eller marknadsföringssyfte. Exempelvis skulle ett robotsamtal kunna anses ske i försäljnings- eller marknadsföringssyfte om kunden under samtalet får frågan att uppge sin e-postadress om syftet med frågan varit för att i framtiden kunna skicka marknadsföringskommunikation via e-post till kunden. Försäljnings- eller marknadsföring behöver inte vara det enda syftet med robotsamtalet utan det räcker med att endast en del av robotsamtalet sker i försäljnings- eller marknadsföringssyfte för att reglerna ska bli tillämpliga. Om robotsamtalet eller annan kommunikation sker i försäljnings-eller marknadsföringssyfte, i någon del, behöver ni därför inhämta samtycke från den personen på förhand och via en kommunikationskanal som kunden antingen har samtyckt till eller som ni annars har rätt att använda.

Kontakta 2022-09-01

www.kontakta.se

Kontaktas guide för robotsamtal är framtagen i samråd med:
Advokat Mattias Lindberg
Advokatbyrån Bird & Bird.

Bird & Bird