

Kodeks dobrych praktyk SMS Premium Rate i Direct Carrier Billing

ul. 27 Stycznia 9, 34-120 Andrychów bok@hotpay.pl

Spis treści

I. Definicje..... 2
II. Wstęp..... 2
III. Kontent handlowy (komercyjny)..... 3
IV. Klasyfikacja..... 3
V. Kontent internetowy..... 3
VI. Kontent nielegalny..... 4
VII. Obowiązki informacyjne..... 4
VIII. Działania prawne i regulacyjne..... 4
IX. Stosowanie kodeksu..... 4

I. Definicje

Kontent handlowy (komercyjny) - oznacza treść dostarczaną przez dostawcę kontentu. W przypadku usług sprzedawanych pod własną marką, w tym również kontent własny, Sygnatariusze działają jako dostawcy kontentu, w skład którego w szczególności wchodzi obraz, wideoklipy, gry, muzyka czy też dostęp do hazardu on-line. Nie dotyczy to treści dostępnych za pomocą Internetu, gdzie Sygnatariusze jedynie udostępniają infrastrukturę telekomunikacyjną
Dostawca kontentu handlowego (komercyjnego) - sygnatariusz lub dostawca związany umową z Sygnatariuszem, dostarczający kontent do Użytkowników za pomocą urządzeń teleinformatycznych
Kontent internetowy - treści dostępne za pomocą Internetu (łącznie ze stronami dostępnymi poprzez WAP), gdzie Sygnatariusz jest odpowiedzialny za dostarczanie łączności i nie odpowiada za treści oferowane w pozostałym zakresie

II. Wstęp

1. Niniejszy Kodeks został przyjęty przez P4 sp. z o.o., Polkomtel S. A., Polską Telefonię Komórkową Centertel sp. z o.o., Telekomunikację Polską S. A., Wirtualną Polskę sp. z o.o., Polską Telefonię Cyfrową sp. z o.o., zwanych dalej „Sygnatariuszami", celem stosowania na polskim rynku telekomunikacyjnym.
2. Sygnatariusze podpisują niniejszy Kodeks dostrzegając szybki rozwój i coraz większą dostępność rozwiązań technologicznych (m.in. kolorowe ekrany, kamery wideo, możliwość nagrywania krótkich filmów, przesyłania wiadomości obrazkowych oraz przeglądarek internetowych), które mogą być używane do uzyskania dostępu do coraz to bardziej różnorodnych treści.
3. Mając na względzie szybki rozwój tych produktów, powszechnie używanych przez konsumentów, w szczególności konsumentów poniżej 18 roku życia, Sygnatariusze wprowadzają zalecenia opisane w niniejszym Kodeksie.
4. W szczególności niniejszy Kodeks jest wyrazem dostrzeżenia konieczności takiej współpracy z Klientami, która pozwoli na promowanie bezpiecznego korzystania z usług telefonii komórkowej, zwłaszcza wśród młodzieży i dzieci.
5. Intencją Sygnatariuszy jest w szczególności, aby rodzice i opiekunowie mieli dostęp do informacji umożliwiających uświadomienie dzieciom i młodzieży jak używać telefonów komórkowych w sposób odpowiedzialny i jakie są odpowiednie rodzaje treści przeznaczone dla tej grupy odbiorców.
6. Kodeks reguluje zasady dostępu do treści, zwanych w tym dokumencie także „kontentem", włączając w to kontent wizualny, hazard online, gry, chaty oraz dostęp do Internetu.
7. Niniejszy Kodeks proponuje ramowe rozwiązania i nie stoi w sprzeczności z przyjęciem przez Sygnatariuszy innych uregulowań w tym zakresie, pod warunkiem, że nie naruszają one postanowień niniejszego dokumentu. Każdy z Sygnatariuszy może wybrać bądź korzystać z innych organizacyjnych lub technicznych rozwiązań, nie pozostających w sprzeczności z postanowieniami niniejszego Kodeksu. W związku z powyższym Sygnatariusze będą na bieżąco monitorować rynek

telekomunikacyjny oraz dostępne na nim rozwiązania technologiczne, tak aby umożliwiały one realizację postanowień niniejszego Kodeksu.

8. Sygnatariusze zobowiązują się do stosowania niniejszego Kodeksu w odniesieniu do własnego kontentu udostępnianego Użytkownikom pod własną marką. Sygnatariusze nie posiadają wystarczającej możliwości, aby kontrolować kontent rozpowszechniany lub udostępniany przez pozostałych (zewnętrznych) dostawców kontentu. Niemniej jednak będą współpracować z dostawcami kontentu, a w szczególności poinformują ich o podpisaniu niniejszego Kodeksu.

III. Kontent handlowy (komercyjny)

1. Sygnatariusze nie będą oferować pod własną marką kontentu, który zostałby sklasyfikowany w innych mediach jako nieodpowiedni dla Użytkowników poniżej 18 roku życia, bez zastosowania odpowiednich środków kontroli dostępu do tego rodzaju treści.
2. Środki mające na celu kontrolę dostępu do kontentu powinny mieć również zastosowanie do treści dostarczanych przez dostawców, z którymi podpisano stosowne umowy, w przypadku treści, które zostałyby sklasyfikowane jako nieodpowiednie dla Użytkowników poniżej 18 roku życia.
3. Sygnatariusze będą współpracować z dostawcami celem zapewnienia kontroli dostępu do dostarczanego przez nich kontentu.

IV. Klasyfikacja

Sygnatariusze będą klasyfikować i oceniać kontent nieodpowiedni dla Użytkowników poniżej 18 roku życia. Powyższa klasyfikacja powinna odpowiadać standardom stosowanym w innych mediach lub przez inne podmioty, których misją jest zabezpieczanie Użytkowników poniżej 18 roku życia przed dostępem do nieodpowiednich treści.
Każdy z Sygnatariuszy zobowiązuje się do klasyfikacji kontentu, którego jest właścicielem.
Każdy z Sygnatariuszy zobowiązuje się do klasyfikacji własnego kontentu oraz do zapewnienia, po stosownych konsultacjach i poprzez odpowiednie zobowiązania umowne, by kontent komercyjny dostarczany przez dostawców był przez nich klasyfikowany.

V. Kontent internetowy

1. Sygnatariusze nie ponoszą odpowiedzialności za treści oferowane przez Internet.
2. Biorąc powyższe pod uwagę, Sygnatariusze zobowiązują się do zapewnienia rodzicom i opiekunom dostępu do informacji umożliwiających uświadomienie dzieciom i młodzieży jak używać telefonów komórkowych w sposób odpowiedzialny i jakie są odpowiednie rodzaje treści przeznaczone dla tej grupy odbiorców.

VI. Kontent nielegalny

1. Sygnatariusze będą podejmować działania zmierzające do informowania powołanych do tego organów o znanych im przypadkach naruszeń przepisów powszechnie obowiązującego prawa w zakresie objętym niniejszym Kodeksem.
2. Sygnatariusze będą wspierać właściwe organy krajowe w zwalczaniu nielegalnych treści zawierających wizerunki dzieci oraz ułatwią ich identyfikowanie, jeśli takie treści będą znajdowały się w ich produktach lub należących do nich stronach internetowych.
3. Sygnatariusze będą wspierać tworzenie odpowiednich procedur krajowych mających na celu zwalczanie takich treści, włączając w to współpracę z krajowymi organizacjami zajmującymi się zwalczaniem powyższych zjawisk.

VII. Obowiązki informacyjne

Sygnatariusze zobowiązują się do udzielania porad konsumentom, w tym dzieciom, młodzieży oraz rodzicom i opiekunom w zakresie rodzaju i zakresu Użytkowania nowoczesnych urządzeń komunikacyjnych. Zobowiązują się również do podejmowania i wspierania innych działań mających na celu pogłębienie wiedzy konsumentów w tym zakresie.

VIII. Działania prawne i regulacyjne

1. Postanowienia niniejszego Kodeksu nie naruszają zobowiązań Sygnatariuszy wynikających z odrębnych przepisów.
2. Wszelkie zmiany Kodeksu wymagają dla swej ważności formy pisemnej pod rygorem nieważności.

IX. Stosowanie kodeksu

1. Sygnatariusze zobowiązują się:
    a. wprowadzić i stosować niniejszy Kodeks;
    b. dokonywać aktualizacji jego postanowień;
    c. dokonywać stosownych zmian jego treści uwzględniających stan rozwoju, usług, których dane postanowienia dotyczą.
2. Każdy z Sygnatariuszy poinformuje o fakcie podpisania niniejszego dokumentu wszystkich dostawców kontentu, z którymi wiążą go stosowne umowy.
3. Każdy z Sygnatariuszy Kodeksu zobowiązuje się do:
    a. opublikowania go na swoich stronach internetowych;
    b. wprowadzenia i aktualizacji rozwiązań dotyczących kontroli dostępu do usług kontentu zgodnie z postanowieniami niniejszego dokumentu.
4. Sygnatariusze wyrażają wolę współpracy z instytucjami i organizacjami, które w ramach swoich zadań realizują cele określone w niniejszym Kodeksie.