



11601/ES
WP 90

**Dictamen 5/2004 sobre comunicaciones no solicitadas con fines de venta directa
con arreglo al artículo 13 de la Directiva 2002/58/CE**

Adoptado el 27 de febrero de 2004

Este Grupo se creó en virtud del artículo 29 de la Directiva 95/46/CE. Se trata de un organismo de la UE, con carácter consultivo e independiente, para la protección de datos y el derecho a la intimidad. Sus funciones se describen en el artículo 30 de la Directiva 95/46/CE y en el artículo 14 de la Directiva 97/66/CE.

Desempeña las labores de secretaría la Dirección E (Servicios, Derechos de autor, Propiedad Industrial y Protección de datos) de la Dirección General de Mercado Interior de la Comisión Europea, B-1049 Bruxelles/Brussel, Bélgica. Despacho: C100-6/136.

Sitio web: www.europa.eu.int/comm/privacy

EL GRUPO DE TRABAJO DE PROTECCIÓN DE LAS PERSONAS EN LO QUE RESPECTA AL TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES

creado en virtud de la Directiva 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 1995

Vistos el artículo 29 y la letra a) del apartado 1 y el apartado 3 del artículo 30 de dicha Directiva,

Visto su Reglamento interno y, en particular, sus artículos 12 y 14,

HA ADOPTADO EL SIGUIENTE DICTAMEN:

Dictamen 5/2004 sobre comunicaciones no solicitadas con fines de venta directa con arreglo al artículo 13 de la Directiva 2002/58/CE

1. INTRODUCCIÓN

La Directiva 2002/58/CE sobre protección de la intimidad y comunicaciones electrónicas ha armonizado las condiciones en las que las comunicaciones electrónicas (p. ej. correo electrónico, SMS, fax, teléfono) pueden utilizarse con fines de venta directa¹. Aunque el presente documento se centra en dichas condiciones, el Grupo de trabajo señala que otras disposiciones de la Directiva pueden requerir atención en el futuro.

A partir de las normas de consentimiento expreso vigentes en determinados Estados miembros, el artículo 13 de la Directiva 2002/58/CE ha introducido un régimen armonizado para las comunicaciones electrónicas dirigidas a las personas físicas con fines de venta directa.

Es evidente que, a pesar de esta armonización, determinados conceptos utilizados en el artículo 13 de la Directiva 2002/58/CE sobre comunicaciones no solicitadas parecen sujetos a diferentes interpretaciones.

Conforme al apartado 3 del artículo 15 de la Directiva 2002/58/CE, conjuntamente con el artículo 30 de la Directiva 95/46/CE, el Grupo de trabajo ha analizado más atentamente dichos conceptos y ha adoptado el presente Dictamen a fin de contribuir a una aplicación uniforme de las medidas nacionales adoptadas con arreglo a la Directiva 2002/58/CE. Cabe señalar que en anteriores documentos del Grupo de trabajo ya se ha tratado la cuestión de las comunicaciones con fines de venta directa².

¹ La Directiva debe transponerse a más tardar el 31 de octubre de 2003.

² Véanse, por ejemplo, el Dictamen 7/2000 sobre la propuesta de la Comisión Europea de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa al tratamiento de los datos personales y a la protección de la intimidad en el sector de las comunicaciones electrónicas, de 12 de julio de 2000, y la Recomendación 2/2001 sobre determinados requisitos mínimos para la recogida en línea de datos personales en la Unión Europea.

2. CUESTIONES TRATADAS EN EL PRESENTE DICTAMEN

La norma de consentimiento expreso requiere que, antes de utilizar aparatos de llamada automática, el fax o el correo electrónico, incluidos los SMS, con fines de venta directa, los abonados hayan dado su consentimiento.

Existe una excepción para las comunicaciones enviadas bajo determinadas condiciones a los clientes existentes (véase más adelante). En cuanto a las llamadas comerciales de telefonía vocal (fija o móvil) que no se realicen mediante aparatos de llamada automática, los Estados miembros pueden escoger entre un sistema de consentimiento expreso o de listas de exclusión³.

Asimismo, el remitente por cuenta de quien se realiza la comunicación no está autorizado a disimular u ocultar su identidad. Además, debe existir una dirección válida a la que el destinatario pueda solicitar que se ponga fin a tales comunicaciones⁴.

El Grupo de trabajo ha decidido emitir un Dictamen sobre los siguientes elementos de este nuevo régimen:

- el concepto de correo electrónico,
- el concepto de consentimiento previo por parte del abonado,
- el concepto de venta directa,
- la excepción a la norma de consentimiento expreso,
- el régimen para las comunicaciones dirigidas a las personas jurídicas.

3. CUESTIONES TRATADAS

3.1. Concepto de correo electrónico

Los conceptos de facsímil (fax) y de sistemas de llamada automática sin intervención humana (aparatos de llamada automática) ya estaban presentes en la Directiva 97/66/CE, predecesora de la Directiva 2002/58/CE, pero el concepto de «correo electrónico» es nuevo y merece atención específica.

La definición de correo electrónico es la siguiente [véase la letra h) del artículo 2 de la Directiva 2002/58/CE]: «todo mensaje de texto, voz, sonido o imagen enviado a través de una red de comunicaciones pública que pueda almacenarse en la red o en el equipo terminal del receptor hasta que éste acceda al mismo».

³ El apartado 3 del artículo 13 de la Directiva 2002/58/CE establece lo siguiente:
«3. Los Estados miembros tomarán las medidas adecuadas para garantizar, que, sin cargo alguno, no se permitan las comunicaciones no solicitadas con fines de venta directa en casos que no sean los mencionados en los apartados 1 y 2, bien sin el consentimiento del abonado, bien respecto de los abonados que no deseen recibir dichas comunicaciones. La elección entre estas dos posibilidades será determinada por la legislación nacional.»

⁴ El apartado 4 del artículo 13 de la Directiva 2002/58/CE establece lo siguiente:
«4. Se prohibirá, en cualquier caso, la práctica de enviar mensajes electrónicos con fines de venta directa en los que se disimule o se oculte la identidad del remitente por cuenta de quien se efectúa la comunicación, o que no contengan una dirección válida a la que el destinatario pueda enviar una petición de que se ponga fin a tales comunicaciones.»

En otras palabras, este concepto de correo electrónico abarca cualquier mensaje enviado mediante comunicaciones electrónicas que no requiera la participación simultánea del emisor y el receptor.

Esta definición es amplia e intenta ser tecnológicamente neutra. El objetivo era adaptar la Directiva precedente a la Directiva 2002/58/CE⁵ «al desarrollo de los mercados y de las tecnologías de los servicios de comunicaciones electrónicas para que el nivel de protección de los datos personales y de la intimidad ofrecido a los usuarios de los servicios de comunicaciones electrónicas disponibles al público sea el mismo, con independencia de las tecnologías utilizadas» (considerando 4 de la Directiva 2002/58/CE).

Por ejemplo, los servicios abarcados actualmente por la definición de correo electrónico incluyen: el correo basado en el protocolo SMTP (*Simple Mail Transport Protocol*), es decir, el «correo electrónico» clásico; el servicio de mensajes cortos SMS (el considerando 40 de la Directiva 2002/58/CE clarifica que el correo electrónico incluye los SMS); los servicios de mensajes multimedia MMS; los mensajes en contestadores⁶; los sistemas de mensajería vocal incluidos en los servicios móviles; y las comunicaciones enviadas por Internet dirigidas directamente a una dirección IP. Los boletines enviados por correo electrónico también están incluidos en esta definición. Esta lista no puede considerarse exhaustiva y puede necesitar ser revisada habida cuenta de los avances del mercado y de la tecnología.

3.2. Consentimiento previo

La norma de consentimiento expreso se basa en el consentimiento previo, tal como se indica en el apartado 1 del artículo 13 de la Directiva 2002/58/CE: «Sólo se podrá autorizar la utilización de sistemas de llamada automática sin intervención humana (aparatos de llamada automática), fax o correo electrónico con fines de venta directa respecto de aquellos abonados que hayan dado su consentimiento previo».

Sin embargo, con arreglo a la letra f) del artículo 2 y al considerando 17, «el consentimiento de un usuario o abonado, independientemente de que se trate de una persona física o jurídica, debe tener el mismo significado que el consentimiento de la persona afectada por los datos tal como se define y se especifica en la Directiva 95/46/CE (...)».

La Directiva 95/46/CE define el consentimiento del interesado como «toda manifestación de voluntad, libre, específica e informada, mediante la que el interesado consienta el tratamiento de datos personales que le conciernan». [letra h) del artículo 2 de la Directiva 95/46/CE].

En este contexto, el consentimiento no es específico para las comunicaciones con fines de venta directa. Puede hacerse referencia a la Recomendación 2/2001 del Grupo de

⁵ Directiva 97/66/CE, DO L 24 de 30 de enero de 1998.

⁶ Cabe señalar que algunos proveedores de servicio ofrecen la conversión de SMS a mensajes de voz. Si el mensaje procede de una llamada con asistencia manual que ya no se conserva como mensaje electrónico, se aplica el apartado 3 del artículo 13.

trabajo sobre determinados requisitos mínimos para la recogida en línea de datos personales en la Unión Europea⁷.

El consentimiento puede ofrecerse de varias maneras con arreglo a la legislación comunitaria. La Directiva 2002/58/CE no establece de forma específica el método efectivo para obtener dicho consentimiento.

El considerando 17 confirma que «el consentimiento podrá darse por cualquier medio apropiado que permita la manifestación libre, inequívoca y fundada de la voluntad del usuario, por ejemplo mediante la selección de una casilla de un sitio web en Internet».

Sin perjuicio de otros requisitos aplicables, por ejemplo sobre información, parece ser compatible con la Directiva el método consistente en que un abonado ofrezca su consentimiento previo al registrarse en un sitio web y posteriormente se le solicite que confirme que ha sido él la persona que se ha registrado. Asimismo, otros métodos pueden resultar también compatibles con los requisitos legales.

En cambio, no sería compatible con el artículo 13 de la Directiva 2002/58/CE solicitar el consentimiento para recibir correos electrónicos comerciales enviando simplemente un correo electrónico general a los receptores, debido al requisito de que los fines han de ser legítimos, explícitos y específicos.

Asimismo, el consentimiento concedido con ocasión de la aceptación general de los términos y condiciones que regulan un contrato principal (p. ej. un contrato de suscripción en el que se solicita también el consentimiento para enviar comunicaciones con fines de venta directa) debe cumplir los requisitos, establecidos en la Directiva 95/46/CE, de ser libre, específico e informado. A condición de que se cumplan estas últimas condiciones, el interesado puede dar su consentimiento, por ejemplo, mediante la selección de una casilla.

El consentimiento implícito para recibir tales mensajes no es compatible con la definición de consentimiento establecida en la Directiva 95/46/CE y, en particular, con el requisito de que el consentimiento sea manifestación de la voluntad de alguien, incluso en el caso en que se hiciera «salvo oposición» (listas de exclusión). De forma similar, las casillas preseleccionadas, p. ej. en sitios web, tampoco son compatibles con la definición de la Directiva.

Asimismo, debe indicarse claramente la finalidad, lo que implica que es necesario que el abonado mencione claramente los productos y servicios, o las categorías de productos y servicios, para los que pueden enviarse mensajes de correo electrónico comerciales. Cuando proceda, debe solicitarse también consentimiento para transmitir los datos personales a terceros. La información facilitada por el titular de los datos deberá especificar la finalidad, es decir, los productos y servicios (o categorías de productos y servicios) para los que dichos terceros pueden enviar mensajes de correo electrónico.

El Grupo de trabajo invita a la industria a que integre en sus códigos de conducta y fomente métodos específicos para obtener el consentimiento que sean conformes con la legislación comunitaria, p. ej. mediante asociaciones del sector como la Federación Europea de Marketing Directo (FEDMA). Asimismo, el Grupo de trabajo solicita a la industria que preste especial atención a sistemas susceptibles de ofrecer mejores garantías de que el abonado haya dado real y efectivamente su consentimiento.

⁷ Documento WP 43, adoptado el 17 de mayo de 2001. Asimismo, cabe hacer referencia al Primer informe sobre la aplicación de la Directiva sobre protección de datos (95/46 CE), COM(2003) 265 final, p. 18.

Asimismo, dichos códigos deberían incluir la obligación de tratar de forma efectiva las reclamaciones que les dirijan los receptores de los mensajes de correo electrónico. Asimismo, el Grupo de trabajo recuerda que, con arreglo al artículo 30 de la Directiva 95/46/CE, puede emitir un dictamen sobre los códigos de conducta elaborados a escala comunitaria.

Asimismo, dichos códigos de conducta podrían contemplar algunos aspectos prácticos, como indicaciones específicas en los títulos, para que los usuarios (y los eventuales filtros) puedan reconocer fácilmente los mensajes de correo electrónico que respetan el código⁸.

Lista de direcciones de correo electrónico

En principio, no podrán utilizarse bajo el régimen de consentimiento expreso las listas que no hayan sido creadas conforme al requisito de consentimiento previo, al menos hasta que hayan sido adaptadas a los nuevos requisitos. Tampoco es legal vender a terceros dichas listas incompatibles. Las empresas que deseen adquirir listas de direcciones de correo electrónico deberán asegurarse de que dichas listas cumplan los requisitos aplicables, sobre todo que se haya otorgado consentimiento previo con arreglo a dichos requisitos.

Condiciones adicionales

Aunque no se haya previsto un método específico para dar consentimiento (expreso) para recibir mensajes de correo electrónico, es necesario respetar las condiciones establecidas en la legislación comunitaria. El Grupo de trabajo desea recordar que es necesario cumplir las condiciones establecidas en la Directiva de carácter general 95/46/CE para tratar datos personales. Con arreglo al apartado 10 de la Directiva 95/46/CE, dichas condiciones incluyen el requisito de informar en el momento de la recogida, como mínimo sobre:

- la identidad de la autoridad de control y de su representante, si lo hubiera;
- los fines de la recogida de datos.

Además, existe el requisito de informar sobre los destinatarios (o categorías de destinatarios) de los datos, sobre el carácter obligatorio o no de la respuesta y las consecuencias que tendría para la persona interesada una negativa a responder, así como sobre la existencia de derechos de acceso y rectificación de los datos en la medida en que, habida cuenta de las circunstancias específicas en que se obtengan los datos, dicha información resulte necesaria para garantizar un tratamiento de datos leal respecto del interesado (véase el artículo 10 de la Directiva 95/46/CE).

Cabe señalar que el artículo 13 también establece la obligación de ofrecer una posibilidad de exclusión en cada mensaje enviado. Dicha exclusión debería ser posible, como mínimo, utilizando el mismo servicio de comunicación (p. ej. enviando un mensaje SMS para ser excluido de una lista de marketing basada en un sistema SMS).

Asimismo, el Grupo de trabajo recuerda que, con arreglo a la Directiva de carácter general 95/46/CE, es ilegal la «cosecha» de correos electrónicos, es decir, recoger automáticamente datos personales en sitios públicos de Internet (en la web, *chats*, etc.) ya que constituye un tratamiento impropio de datos personales y no respeta ni el

⁸ Al respecto, puede hacerse referencia al requisito establecido en la Directiva sobre comercio electrónico de que «las comunicaciones comerciales» sean claramente identificables como tales [letra a) del artículo 6 de la Directiva 200/31/CE].

principio de limitación de la finalidad ni la obligación de información mencionada anteriormente. Lo mismo sucede cuando la recogida automática la realiza un programa informático. Estos aspectos fueron analizados en el documento de trabajo «Privacidad en Internet: enfoque comunitario integrado de la protección de datos en línea»⁹.

Estas observaciones son pertinentes sin perjuicio de los requisitos adicionales procedentes de cualquier otra legislación relativa a la promoción o venta de productos o servicios (específicos) (p. ej. productos y servicios financieros o de salud, venta a distancia).

3.3. Concepto de venta directa

No existe una definición de venta directa ni en las directivas específicas sobre protección de datos ni en las directivas generales. Sin embargo, existe una descripción de fines de venta/comercialización en el considerando 30 de la Directiva 95/46/CE, que establece que «los Estados miembros pueden asimismo establecer previamente las condiciones en que pueden efectuarse comunicaciones de datos personales a terceros con fines de prospección comercial o de prospección realizada por una institución benéfica u otras asociaciones o fundaciones, por ejemplo de carácter político, dentro del respeto de las disposiciones que permiten a los interesados oponerse, sin alegar los motivos y sin gastos, al tratamiento de los datos que les conciernan».

El Grupo de trabajo considera que el artículo 13 de la Directiva engloba, en consecuencia, toda forma de promoción de ventas, incluida la prospección directa realizada por organizaciones benéficas o de carácter político (p. ej. para captar fondos).

Cabe señalar que se ha utilizado una definición amplia en el Código de conducta europeo de la Federación Europea de Marketing Directo sobre la utilización de datos personales en la comercialización directa, adoptado por el Grupo de trabajo el 13 de junio de 2003¹⁰.

3.4. Comunicación a las personas jurídicas

El apartado 5 del artículo 13 de la Directiva 2002/58/CE establece lo siguiente:

«5. Los apartados 1 y 3 se aplicarán a los abonados que sean personas físicas. Los Estados miembros velarán asimismo, en el marco del Derecho comunitario y de las legislaciones nacionales aplicables, por la suficiente protección de los intereses legítimos de los abonados que no sean personas físicas en lo que se refiere a las comunicaciones no solicitadas.»

En otras palabras, aunque los Estados miembros deben garantizar que también se protegen suficientemente los intereses legítimos de las personas jurídicas, tienen libertad para fijar las medidas de protección adecuadas para conseguirlo.

⁹ Documento WP 37, adoptado el 21 de noviembre de 2000 (en particular, en su página 77).

¹⁰ Véase el Dictamen 3/2003 del Grupo de trabajo relativo al Código de conducta europeo de la FEDMA sobre la utilización de datos personales en la comercialización directa, disponible en la dirección de Internet: http://europa.eu.int/comm/internal_market/privacy/docs/wpdocs/2003/wp77_es.pdf. El Código de la FEDMA puede consultarse en la siguiente dirección de Internet: http://europa.eu.int/comm/internal_market/privacy/docs/wpdocs/2003/wp77-annex_en.pdf. Este Código define «comercialización directa» como la comunicación a particulares, por cualquier medio (incluidos, aunque no de manera restrictiva, el correo, el fax, el teléfono, los servicios en línea etc.), de material publicitario o comercial, realizada por el propio comerciante o en su nombre.

En 2002, cinco de los ocho Estados miembros que aplican un régimen de consentimiento expreso para los mensajes de correo electrónico habían decidido aplicarlo también a las personas jurídicas¹¹. Aunque la diferencia entre personas físicas y jurídicas parece relativamente clara, en la práctica no siempre resulta fácil distinguirlas.

Dicha distinción resulta fácil cuando el potencial destinatario comunica sus datos de contacto electrónicos (p. ej. en un sitio Web o en otro lugar). En ese caso, es fácil preguntar por la naturaleza de la persona (p. ej. mediante una simple pregunta), o por la capacitación en virtud de la cual la persona facilita dicha información.

A pesar de todo, se trata de un elemento importante, ya que incumbe al remitente garantizar que se respeten las normas. El Grupo de trabajo considera que conviene establecer normas prácticas al respecto, en particular en los Estados miembros que distinguen entre comunicaciones a personas físicas y a personas jurídicas.

Aunque puede resultar necesario dedicar más atención a esta cuestión específica sobre la base de la aplicación del artículo 13 en los Estados miembros, en este momento el Grupo de trabajo desea plantear las cuestiones siguientes:

- Las citadas normas prácticas deberían tener en cuenta los efectos transfronterizos. Una cuestión al respecto es determinar qué norma debe aplicarse a los mensajes de correo electrónico procedentes de un Estado miembro que no ofrece protección a las personas jurídicas recibidos en un Estado miembro que ofrece el mismo nivel de protección a las personas jurídicas que a las personas físicas.

- Otra cuestión pendiente es la de cómo puede el remitente determinar si un destinatario es una persona física o jurídica. En otras palabras, ¿qué esfuerzo debe realizar el remitente para comprobar si el número o la dirección pertenecen realmente a una persona jurídica? Será necesario adoptar bastantes precauciones si el remitente no está seguro de que la dirección de correo electrónico pertenezca a una persona jurídica (p. ej. secretaria@empresa.com). A menudo las personas físicas utilizan direcciones de correo electrónico con seudónimos o términos genéricos, sin que ello les prive de la protección que ofrece la Directiva.

- Otra cuestión es la relativa a las personas que no están directamente abonadas a servicios de comunicación electrónicos (p. ej. los miembros de una misma familia o los empleados de una determinada empresa). Si un miembro de una familia o una empresa facilitan a otros miembros de su familia o a sus empleados direcciones de correo electrónico con su nombre (p. ej. nombre.apellido@empresa.com), en principio estas personas no serán «abonados».¹² Algunos Estados miembros de la UE han decidido aplicar el régimen de consentimiento expreso a dichas direcciones de correo electrónico.

¹¹ Octavo informe de aplicación de la Comisión Europea, diciembre de 2002.

¹² El concepto de «abonado» se define en la Directiva 2002/21/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 7 de marzo de 2002, relativa a un marco regulador común de las redes y los servicios de comunicaciones electrónicas (Directiva marco). Este es el concepto que deberá utilizarse, salvo disposición en contrario, con arreglo al artículo 2 de la Directiva 2002/58/CE.

El concepto de abonado se define en la Directiva marco como «cualquier persona física o jurídica que haya celebrado un contrato con un proveedor de servicios de comunicaciones electrónicas disponibles para el público para la prestación de dichos servicios» [véase la letra k) del artículo 2 de la Directiva 2002/21/CE].

El considerando 12 de la Directiva 2002/58/CE clarifica este concepto, al estipular que:

«(12) Los abonados de un servicio de comunicaciones electrónicas disponible para el público pueden ser personas físicas o jurídicas. Al complementar la Directiva 95/46/CE, la presente Directiva pretende proteger los derechos fundamentales de las personas físicas y, en particular, su derecho a la intimidad,

Se invita a los Estados miembros a prestar la debida atención al hecho de que dichas direcciones contienen datos personales que deben protegerse como tales.

Según el dictamen del Grupo de trabajo, dicha protección implica que el envío de mensajes de correo electrónico comerciales, independiente de si están relacionados o no con objetivos comerciales, a una dirección de correo electrónico «personal» debe considerarse como comercialización a personas físicas. En cualquier caso, debe tenerse en cuenta lo dispuesto en la Directiva 95/46/CE.

3.5. Excepción para los productos o servicios de características similares

El apartado 2 del artículo 13 prevé una excepción armonizada a la norma de consentimiento expreso, aplicable a los clientes existentes, bajo determinadas condiciones:

«2. No obstante lo dispuesto en el apartado 1, cuando una persona física o jurídica obtenga de sus clientes la dirección de correo electrónico, en el contexto de la venta de un producto o de un servicio de conformidad con la Directiva 95/46/CE, esa misma persona física o jurídica podrá utilizar dichas señas electrónicas para la venta directa de sus propios productos o servicios de características similares, a condición de que se ofrezca con absoluta claridad a los clientes, sin cargo alguno y de manera sencilla, la posibilidad de oponerse a dicha utilización de las señas electrónicas en el momento en que se recojan las mismas y, en caso de que el cliente no haya rechazado inicialmente su utilización, cada vez que reciban un mensaje ulterior.»

El considerando 41 establece elementos útiles para la comprensión del apartado 2 del artículo 13:

«(41) En el contexto de una relación preexistente con el cliente, es razonable admitir el uso de las señas electrónicas del cliente con objeto de ofrecer productos o servicios similares, pero exclusivamente por parte de la misma empresa que haya obtenido las señas electrónicas de conformidad con la Directiva 95/46/CE. En el momento de recabarse las señas electrónicas, debe informarse al cliente de manera clara e inequívoca sobre su uso ulterior con fines de venta directa, y debe dársele la posibilidad de negarse a dicho uso. Debe seguir ofreciéndose al cliente esta posibilidad cada vez que reciba un mensaje ulterior de venta directa, sin cargo alguno salvo los posibles costes de transmisión de esta negativa.»

A pesar de que esta descripción deja un cierto margen de interpretación, el Grupo de trabajo desea hacer hincapié en que esta excepción está limitada en varios aspectos y debe interpretarse de forma restrictiva.

En primer lugar, con arreglo a la primera frase del apartado 2 del artículo 13, dicha excepción se limita a los clientes. Además, sólo pueden enviarse mensajes de correo electrónico a los clientes cuya dirección de correo electrónico se haya obtenido en el marco de la venta de un producto o servicio y con arreglo a lo dispuesto en la Directiva 95/46/CE. Este último requisito incluye, por ejemplo, la información sobre los fines de la obtención de datos (véase *supra*). El principio de limitación de la finalidad (uso compatible, tratamiento de datos leal) debería servir de ayuda al respecto. En este contexto, es necesario prestar la debida atención al periodo de tiempo durante el cual

así como los intereses legítimos de las personas jurídicas. La presente Directiva no supone obligación alguna por parte de los Estados miembros de hacer extensiva la aplicación de la Directiva 95/46/CE a la protección de los intereses legítimos de las personas jurídicas, que está garantizada en el marco de la legislación comunitaria y nacional.»

podrá considerarse razonablemente válido el consentimiento y, por consiguiente, podrán enviarse mensajes de correo electrónico.

En segundo lugar, únicamente puede enviar mensajes de correo electrónico la misma persona física o jurídica que ha obtenido los datos. Por ejemplo, la filial y la empresa matriz no son la misma empresa.

En tercer lugar, la excepción se limita a la comercialización de productos o servicios de características similares. Según el dictamen del Grupo de trabajo, aunque el concepto de «productos o servicios de características similares» no es fácil de aplicar en la práctica y precisa mayor atención, la similaridad podría juzgarse, en particular, desde la perspectiva objetiva (expectativas razonables) del destinatario, y no de la del remitente.

El Grupo de trabajo recuerda que dicha excepción incluye la obligación de seguir ofreciendo la posibilidad de exclusión de la lista en cada mensaje comercial.

Hecho en Bruselas, el 27 de febrero de 2004
Por el Grupo de trabajo
El Presidente
Stefano RODOTA