

Piotr Pieńkosz  
piotr.pienkosz@infor.pl

Czytelniczka ma rację. Czym innym jest zgoda na przetwarzanie danych osobowych, a czym innym na przesyłanie informacji handlowych drogą elektroniczną (patrz opinia eksperta). Są to dwie odrębne kwestie, w związku z którymi przedsiębiorca powinien pozyskać od konsumenta różną zgodę. Nie może tego połączyć w jedną.

Dzieje się tak po pierwsze dlatego, że zgoda na przetwarzanie danych osobowych musi przybrać formę oświadczenia woli, z którego jednoznacznie wynika, że osoba, której dane dotyczą, zgadza się je udostępnić jakiejś firmie. Zgoda nie może być domniemana lub dorozumiana z oświadczenia woli o innej treści. Innymi słowy zgoda musi wyrażnie dotyczyć tylko tej jednej kwestii.

Jeśli zaś chodzi o przesyłanie za pośrednictwem środków komunikacji elektronicznej (np. poczty mejlowej) informacji handlowych skierowanych do oznaczonego odbiorcy rozumianego jako osoba fizyczna, to generalnie jest to zakazane. Stanowi to czyn nieuczciwej konkurencji, a ten, kto przesyła niezamówione informacje handlowe, podlega karze grzywny. Wyjątek dotyczy sytuacji, w której odbiorca takich informacji wyraził jednoznaczną zgodę na ich otrzymywanie.

Osoba, której dane dotyczą, musi otrzymać od firmy możliwość opcjonalnego wyboru, na co chce wyrazić zgodę, a na co nie. Z jednej strony może więc zdecydować się na podanie swoich danych i wyrażenie zgody na ich przetwarzanie w celu uczestnictwa w programie lojalnościowym, ale z drugiej może nie życzyć sobie otrzymywania wiadomości elektronicznych od firmy z informacjami handlowymi, gdyż nie zamierza pozwolić na zaśmianie skrzynki mejlowej.

Odstępstwo od opisanej wyżej

# Marketing przez internet tylko za zgodą konsumenta

zasady zakazu kumulowania kilku rodzajów zgody w ramach jednego oświadczenia, jak w przypadku opisanym przez panią Katarzynę, prowadzi do dwutorowego naruszenia przepisów przez przedsiębiorcę. Zarówno obejmujących ochronę danych osobowych, jak i zakazujących rozsyłania niezamówionej zindywidualizowanej informacji handlowej. Podpisana przez naszą czytelniczkę połączona zgoda nie wiąże jej samej, a jeśli będzie stanowiła podstawę do przetwarzania jej danych przez daną firmę, może ona domagać się zaprzestania takiego działania, a także wnioskować o interwencję do generalnego inspektora ochrony danych osobowych. Może również wystąpić o ukaranie grzywną przedsiębiorcy przesyłającego jej niezamówioną informację handlową.

**Podstawa prawna**  
Art. 7 pkt 5 ustawy z 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (t.j. Dz.U. z 2014 r. poz. 1182 ze zm.).  
Art. 2 pkt 2, art. 9-10, art. 24 ustawy z 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (t.j. Dz.U. z 2013 r. poz. 1422 ze zm.).

**Stając się członkiem programu lojalnościowego prowadzonego przez jedną z sieci sklepów odzieżowych, wyraziłam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych w celach marketingowych zarówno przez firmę, jak i jej partnerów. Po jakimś czasie zaczęłam otrzymywać na e-maila informacje handlowe od tych przedsiębiorców. Tymczasem wydawało mi się, że na tę formę kontaktu z klientem firma powinna pozyskać odrębną zgodę, a nie bazować na podpisanej zgodzie marketingowej – pisze pani Katarzyna**



## OPINIA EKSPERTA

MAŁGORZATA KAŁUŻYŃSKA-JASAK

rzecznik prasowy generalnego inspektora ochrony danych osobowych

Zgody na przetwarzanie danych osobowych w celach marketingowych nie można mylić ze zgodą na otrzymywanie informacji handlowych drogą elektroniczną. Są to dwie różne formy, których uregulowanie znajduje się w różnych aktach prawnych. Konieczność pozyskiwania zgody na otrzymywanie informacji handlowych drogą elektroniczną wynika z ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Z kolei w określonych sytuacjach, kiedy dane osobowe klientów chcemy wykorzystywać w celach marketingowych, to na takie działanie musimy pozyskać ich zgodę wyrażoną na podstawie ustawy o ochronie danych

osobowych. I choć obie wymienione ustawy przewidują, że zgody nie można domniemywać z oświadczenia woli o innej treści, to jednak przesyłanie informacji handlowych drogą elektroniczną jest innym działaniem niż wykorzystywanie danych osobowych w celach marketingowych inną drogą niż elektroniczna.

Jak wskazał Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie w wyroku z 27 kwietnia 2011 r. (sygn. akt II SA/Wa 269/11), „umieszczenie zgody na dwa w istocie różne sposoby przetwarzania udzielonych danych osobowych w jednym zdaniu, bez ich rozdzielenia i wskazania, czego ta zgoda dotyczy, w niewątpliwym sposób powoduje, iż osoba wyrażająca zgodę nie wie dokładnie, na co wyraża taką

zgodę. Sformułowanie oświadczenia może bowiem sugerować:

- że chodzi jedynie o przetwarzanie danych osobowych w celach przesyłania informacji handlowych drogą elektroniczną, albo
- że chodzi o przetwarzanie danych osobowych w celu przesyłania informacji handlowych drogą zwykłą, albo
- że chodzi o przetwarzanie danych osobowych w celu przesyłania informacji handlowych drogą elektroniczną i przetwarzanie danych osobowych w celu przesyłania informacji handlowych drogą zwykłą”.

Przedstawione stanowisko znalazło poparcie w wyroku Naczelnego Sądu Administracyjnego z 31 stycznia 2012 r. (sygn. akt I OSK 1317/11).

