

## Marketing bezpośredni w świetle prawa telekomunikacyjnego

Art. 172 pr.tel.

1. Zakazane jest używanie telekomunikacyjnych **urządzeń końcowych i automatycznych systemów wywołujących** dla celów marketingu bezpośredniego, chyba że abonent lub użytkownik końcowy **uprzednio wyraził na to zgodę**.
2. Przepis ust. 1 nie narusza zakazów i ograniczeń dotyczących przesyłania niezamówionej informacji handlowej wynikających z odrębnych ustaw. (*zakaz przesyłania spamu ...*)
3. Używanie środków, o których mowa w ust. 1, dla celów marketingu bezpośredniego **nie może odbywać się na koszt konsumenta**.

Marketing bezpośredni z wykorzystaniem urządzeń telekomunikacyjnych (nie tylko automatów z uprzednio nagrany komunikatem, ale również rozmów) **wymaga zgody**.

W praktyce spór, czy można pytać przez telefon o zgodę na marketing.

31

## Ciasteczka (ang. *cookies*) w świetle prawa telekomunikacyjnego

Przechowywanie informacji w urządzeniach końcowych abonentów lub użytkowników końcowych i uzyskiwanie do nich dostępu (art. 173 pr.tel.) wymaga **poinformowania abonenta** i uzyskania **uprzedniej zgody**.

Jednakże zgoda może zostać udzielona **za pomocą ustawień oprogramowania zainstalowanego w wykorzystywanym przez niego telekomunikacyjnym urządzeniu końcowym lub konfiguracji usługi**.

Używamy plików cookies, aby ułatwić Ci korzystanie z naszego serwisu oraz do celów statystycznych. ✕  
Jeśli nie blokujesz tych plików, to zgadzasz się na ich użycie oraz zapisanie w pamięci urządzenia.

Komunikat ze strony logowania do eKUL (<https://e.kul.pl>)

W praktyce powoduje to konieczność wyświetlania komunikatów o *cookies* na wielu stronach internetowych. To bardziej przeszkadza niż pomaga...

Czy ktoś jeszcze czyta takie komunikaty? Większość użytkowników ignoruje, nie czytając.

32

## Przetwarzanie danych o lokalizacji w świetle prawa telekomunikacyjnego

---

**Lokalizacja** urządzenia końcowego – stała (sieci stacjonarne) lub zmienna (sieci mobilne)

**Dane lokalizacyjne** (jeden z rodzajów danych transmisyjnych) wskazujące położenie geograficzne urządzenia końcowego użytkownika, przetwarzane dla celów przekazywania komunikatów w sieciach telekomunikacyjnych lub naliczania opłat za usługi telekomunikacyjne (jako, że są niezbędne dostawcy, nie potrzeba zgody na ich przetwarzanie).

**Dane o lokalizacji** - dane lokalizacyjne wykraczające poza dane niezbędne do transmisji komunikatu lub wystawienia rachunku, dane potrzebne do świadczenia usług dodatkowych (np. usługi: „gdzie jest dziecko”, „zarządzanie flotą pojazdów” itp.).

Przetwarzanie tego rodzaju danych nie jest niezbędne do świadczenia usług telekomunikacyjnych, konieczne jest do usług dodatkowych – **wymaga zgody abonenta**.

---

33

## Retencja danych telekomunikacyjnych

---

**Retencja danych telekomunikacyjnych** - obowiązek gromadzenia i przechowywania danych o ruchu w sieciach telekomunikacyjnych przez **12 miesięcy** (wcześniej: 2 lata),  
Obejmuje dane niezbędne do ustalenia zakończenia sieci, telekomunikacyjnego urządzenia końcowego, użytkownika końcowego inicjującego połączenia i do którego kierowane jest połączenie oraz określenia daty i godziny połączenia, czasu jego trwania, rodzaju połączenia i lokalizacji telekomunikacyjnego urządzenia końcowego. (regulacja w art. 180a -180g pr.tel.)

Każdy użytkownik pozostawia ślady w sieciach telekomunikacyjnych.

Ślady mogą być wykorzystywane w różnych celach m.in.

- przez podmioty prywatne do profilowania użytkowników w celach reklamowych (cookies, za zgodą użytkowników)
  - przez podmioty publiczne m.in. do celów zapobiegania i zwalczania przestępczości (retencja danych, bez zgody i wiedzy użytkowników).
- 

34

## Przesyłanie niezamówionej informacji handlowej (spam) – regulacja prawna

---

**Spam** - niezamówione informacje przesyłane drogą elektroniczną - uciążliwość spamu ...

Regulacja prawna – ustawa z 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną

**Informacja handlowa** - każda informacja przeznaczona bezpośrednio lub pośrednio do promowania towarów, usług lub wizerunku przedsiębiorcy lub osoby wykonującej zawód (...), z wyłączeniem informacji umożliwiającej porozumiewanie się za pomocą środków komunikacji elektronicznej z określoną osobą oraz informacji o towarach i usługach niesłużącej osiągnięciu efektu handlowego pożądanego przez podmiot, który zleca jej rozpowszechnianie, w szczególności bez wynagrodzenia lub innych korzyści od producentów, sprzedawców i świadczących usługi (art. 2 pkt 2 uśude).

**Wymogi** dotyczące informacji handlowej – wyodrębnienie, oznaczenie, wskazanie wielu informacji dotyczących nadawcy i jego oferty (art. 9 uśude) „informacja handlowa jest ...”

---

35

## Przesyłanie niezamówionej informacji handlowej (spam) – regulacja prawna

---

**Zakaz przesyłania niezamówionej informacji handlowej** skierowanej do oznaczonego odbiorcy będącego osobą fizyczną za pomocą środków komunikacji elektronicznej, w szczególności poczty elektronicznej (art. 10 uśude).

Informacja jest zamówiona, jeżeli odbiorca wyraził zgodę na jej otrzymanie.

**Przesyłania niezamówionej informacji handlowej to:**

- wykroczenie zagrożone karą grzywny, ścigane na wniosek pokrzywdzonego;
- czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W praktyce nadal spam jest masowo rozsyłany z serwerów ulokowanych w odległych krajach.

---

36