



Ministerstwo Cyfryzacji

Sekretarz Stanu
Michał Gramatyka

BM.WP.057.150.2025
Warszawa, 30 września 2025 r.

**Szanowny Pan
Szymon Hołownia
Marszałek Sejmu RP**

Dot. pisma z 10 września br. Posłanek i Posłów na Sejm RP Pani Magdaleny Łośko, Pani Iwony Hartwich, Pani Agnieszki Hanajczyk, Pana Krzysztofa Piątkowskiego oraz Pana Mateusza Bochenka w sprawie publicznego rejestru sprzeciwu telekomunikacyjnego (interpelacja nr 12146)

Szanowny Panie Marszałku,

poniżej przedstawiam odpowiedzi na zadane przez Posłów pytania.

Ad 1) Czy podległe Panu Ministerstwo rozważy wprowadzenie podobnych rozwiązań w Polsce?

Obecnie nie jest planowane wprowadzenie rozwiązania opartego na podstawie rejestru sprzeciwu co do przesyłania informacji handlowej, analogicznego do rozwiązania włoskiego. W Polsce obecnie obowiązują przepisy zapewniające ochronę przed przesyłaniem niezamówionej informacji handlowej. W ustawie – Prawo komunikacji elektronicznej¹ zawarto przepisy dotyczące ochrony przed przesyłaniem niezamówionych informacji handlowych. Celem tej ustawy było ujednoczenie przepisów z zakresu ochrony przed przesyłaniem niezamówionej informacji handlowej, które wcześniej usytuowane były w dwóch innych ustawach, ustawie – Prawo telekomunikacyjne² oraz ustawie o świadczeniu usług drogą elektroniczną³. Podyktowane to było dążeniem do zwiększenia pewności prawnej oraz usprawnienia ochrony obywateli przed niezamówioną informacją handlową.

W 2024 r. wprowadzono zmiany, jednoznacznie wskazując w art. 398 ustawy – Prawo komunikacji elektronicznej, że marketing bezpośredni zawiera się w pojęciu informacji handlowej. Podkreślono także, że konieczne jest wyrażenie uprzedniej zgody w celu umożliwienia przesyłania informacji handlowej. Do tego ochroną przed przesyłaniem informacji handlowej bez zgody objęte zostały na równych prawach osoby fizyczne (w tym jednoosobowe działalności gospodarcze) oraz jednostki organizacyjne (osoby prawne, w tym np. spółki kapitałowe, fundacje czy uczelnie). Tym samym obecnie niezależnie od statusu prawnego odbiorcy marketingu, podlega on takiej samej ochronie na podstawie przepisów ustawy – Prawo komunikacji elektronicznej.

Aktualne przepisy przewidują, że przesyłanie informacji handlowej wymaga uprzedniej zgody użytkownika. Nie ma znaczenia czy kontakt w celu przesłania informacji handlowej wykonywany byłby mailowo czy telefonicznie. Nie jest również dozwolone prośenie o zgodę na przedstawienie oferty handlowej w trakcie rozmowy telefonicznej, co potwierdzone jest decyzjami Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej oraz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Posiadanie wyrażonej uprzednio zgody powinien także móc wykazać przedsiębiorca nawet jeżeli korzysta z bazy danych umożliwiającej kontakt w sposób opisany w ustawie. Pozyskiwanie zgód na przesyłanie informacji handlowej odnosi się do różnych kanałów komunikacji. Dotyczy to więc m.in.

¹ Ustawa z dnia 12 lipca 2024 r. – Prawo komunikacji elektronicznej (Dz.U. 2024 poz. 1221)

² ustawa z dnia 16 lipca 2004 r. – Prawo telekomunikacyjne (Dz.U. 2024 poz. 34)

³ ustawa z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. 2024 poz. 1513)

wiadomości wysyłanych poprzez pocztę elektroniczną, wykonywane do użytkowników telefony czy wiadomości SMS lub MMS. Analogicznie zakazane jest również wykorzystywanie automatycznych systemów wywołujących w celach marketingu bez wyrażonej uprzednio zgody. Dodatkowo wymogi dotyczące zgody określa ogólne rozporządzenie o ochronie danych (RODO), zgodnie z którym zgoda musi być dobrowolna, świadoma, jednoznaczna i konkretna. Konkretność zgody oznacza wskazanie określonego kanału komunikacji.

Niewywiązywanie się z przepisów dotyczących zakazu przesyłania informacji handlowej bez zgody wiąże się z możliwymi sankcjami. Takie działanie stanowi także czyn nieuczciwej konkurencji, a dodatkowo na żądanie pokrzywdzonego przesyłanie informacji bez zgody podlega ściganiu jako wykroczenie podlegające karze grzywny.

Ad 2) Jakie istnieją możliwości zmiany prawa telekomunikacyjnego w wyżej wymienionym zakresie?

Na kształt krajowych rozwiązań w zakresie ochrony użytkowników przed niezamówioną informacją handlową mają znaczący wpływ unijne regulacje. Art. 398 oraz inne przepisy ustawy – Prawo komunikacji elektronicznej dotyczące ochrony przed marketingiem stanowią wdrożenie do polskiego porządku prawnego przepisów dyrektywy 2002/58/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 lipca 2002 r. dotyczącej przetwarzania danych osobowych i ochrony prywatności w sektorze łączności elektronicznej (dyrektywa o prywatności i łączności elektronicznej). Dyrektywa w art. 13 ust. 3 przewiduje, że państwa członkowskie mogą wybrać sposób ochrony użytkowników przed marketingiem: decydując się na zakaz przesyłania marketingu bez zgody abonentów lub użytkowników, albo zakaz przesyłania marketingu do abonentów lub użytkowników, którzy nie życzą sobie otrzymywania tego typu komunikatów. Tym samym państwa mogą wprowadzić w kraju tzw. zasadę „opt-in” (użytkownik musi wyrazić uprzednią zgodę na przesyłanie marketingu) bądź tzw. rejestr „do not call” („opt-out” - użytkownik może wpisać się na listę osób, do których nie można wysyłać marketingu).

Warto nadmienić, że w lutym 2025 r. Komisja Europejska wycofała z prac procedowany dotychczas projekt unijnego rozporządzenia w sprawie prywatności i łączności elektronicznej, które miało zastąpić dyrektywę o prywatności i łączności elektronicznej z 2002 r. Niezależnie od tego, w opinii Polski, w dalszym ciągu istnieje potrzeba wykonania nowych analiz w zakresie ochrony prywatności, mając na uwadze upływ ponad 20 lat od uchwalenia obecnej dyrektywy, a tym samym podjęcie adekwatnych działań przez instytucje unijne.

Decydując się na wybór zasady „opt-in” w Polsce, projektodawca kierował się chęcią zapewnienia najwyższego poziomu ochrony przed niezamówioną informacją handlową, przy jednoczesnym zapewnieniu kontroli użytkowników nad ich danymi. Obecnie użytkownicy mogą wycofać udzieloną zgodę w każdym momencie, lub zgłosić naruszenie do odpowiednich organów – Prezesa UKE, Prezesa UODO lub Prezesa UOKiK. Aktualnie Ministerstwo Cyfryzacji nie planuje wprowadzenia rozwiązań mających na celu utworzenie rejestru sprzeciwu co do przesyłania informacji handlowej.

Mając to na uwadze, w Ministerstwie nieustannie monitorowane są trendy europejskie w tym zakresie, w tym w zestawieniu ze stanem ochrony obywateli przed niezamówioną informacją handlową w kraju, jak i w innych państwach. W ocenie Ministerstwa rejestry posiadają ograniczoną skuteczność zapewniania praw użytkowników. Uzależniona jest ona od rzetelności przedsiębiorców w weryfikowaniu baz numerów, a przy tym obowiązywanie rejestrów potęguje ryzyko nadużyć przez podmiotów spoza UE.

Zastosowanie zasady „opt-in” gwarantuje, że każdy użytkownik jest automatycznie chroniony i nie musi wykonywać dodatkowych działań w tym zakresie, tj. rejestrowania się

na liście. „Opt-in” przekłada na przedsiębiorców ciężar dowodu, że posiadają oni zgodę na kontakt. Obok tego, jak wynika z obserwacji regulacji z innych państw, coraz więcej z nich odchodzi od rozwiązań opartych na listach „do not call”. W Niemczech obowiązują przepisy analogiczne do polskich. W 2021 r. w Holandii zastąpiono rejestr „Bel-me-niet Register” (rejestr „do not call”) zasadą „opt-in”, określając, że telemarketing możliwy jest wyłącznie w przypadku, w którym wyrażona została na to wyraźna zgoda użytkownika. Do podobnej zmiany doszło we Francji, gdzie w czerwcu 2025 r. przyjęto ustawę wprowadzającą zasadę „opt-in” w miejscu obowiązującej dotychczas od 2016 r. listy sprzeciwu „Bloctel”. Podyktowane to było francuskimi badaniami, z których wynikało, że to rozwiązanie nie realizowało w pełni prawa do ochrony przed przesyłaniem niezamówionej informacji handlowej.

Z wyrazami szacunku
Michał Gramatyka
Sekretarz Stanu
/dokument podpisany elektronicznie/

Do wiadomości:

Kancelaria Prezesa Rady Ministrów - Departament Spraw Parlamentarnych