



Ministerstwo Cyfryzacji

Sekretarz Stanu
Michał Gramatyka

BM.WP.057.153.2025
Warszawa, 30 września 2025 r.

**Szanowny Pan
Szymon Hołownia
Marszałek Sejmu RP**

Dot. pisma z 12 września br. Posłanki na Sejm RP Pani Katarzyny Osos w sprawie ograniczenia zjawiska natrętnego telemarketingu w Polsce (interpelacja nr 12162)

Szanowny Panie Marszałku,

poniżej przedstawiam odpowiedzi na zadane przez Posła pytania.

Ad 1) Jak Pan Minister ustosunkuje się do opisanej kwestii?

W odpowiedzi na problem przesyłania niezamówionej informacji handlowej, w 2024 r. ujednolicono przepisy z zakresu ochrony przed przesyłaniem informacji handlowej bez uprzedniej zgody na to ze strony użytkownika. W ustawie Prawo komunikacji elektronicznej¹, znalazły się przepisy z tego zakresu, które wcześniej znajdowały się w dwóch odrębnych ustawach - ustawie – Prawo telekomunikacyjne² oraz ustawie o świadczeniu usług drogą elektroniczną³. Zmiana ta miała na celu usprawnienie ochrony obywateli przed niezamówioną informacją handlową, jak i zwiększenie pewności prawa zarówno po stronie użytkowników, jak i przedsiębiorców.

Ad 2) Jakie działania planuje podjąć Ministerstwo, aby zwiększyć skuteczność obowiązujących przepisów prawa, które w praktyce nie chronią dostatecznie obywateli przed natrętnym telemarketingiem?

W następstwie wprowadzonych zmian, w art. 398 Pke jednoznacznie wskazano, że marketing bezpośredni zawiera się w pojęciu informacji handlowej, podkreślając przy tym, że nieodzowna jest uprzednia zgoda użytkownika w celu umożliwienia przesyłania informacji handlowej. Ochrona rozszerzona została także na wszystkie osoby fizyczne (w tym jednoosobowe działalności gospodarcze) oraz jednostki organizacyjne (osoby prawne, w tym np. spółki kapitałowe, fundacje czy uczelnie). Od tego czasu, niezależnie od statusu prawnego odbiorcy marketingu, takiemu odbiorcy przysługuje taki sam poziomy ochrony na podstawie przepisów Pke.

Trzeba wskazać, że co do obowiązku uzyskania uprzedniej zgody użytkownika na kontakt nie ma znaczenia, czy kontakt w celu przesłania informacji handlowej wykonywany byłby za pomocą wiadomości e-mail bądź telefonu. Podobnie nie jest dozwolony kontakt w celu uzyskania zgody na przedstawienie oferty handlowej w trakcie rozmowy telefonicznej, co potwierdzone zostało decyzjami Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej, dalej „Prezes UKE”, oraz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, dalej „Prezesa UOKiK” Zgoda na przesyłanie informacji handlowej dzieli się na różne kanały komunikacji, tym samym można udzielić zgody np. na kontakt telefoniczny, ale już nie za pomocą skrzynki poczty elektronicznej. Podobnie zakazane jest wykorzystywanie automatycznych systemów wywołujących w celach marketingu bez wyrażonej uprzednio zgody.

Wymogi co do zgody określa również ogólne rozporządzenie o ochronie danych, dalej „RODO”, z których wynika, że zgoda musi być dobrowolna, świadoma, jednoznaczna

¹ Ustawa z dnia 12 lipca 2024 r. – Prawo komunikacji elektronicznej (Dz.U. 2024 poz. 1221) (dalej ustawa „Pke”)

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)

i konkretna. Konkretność zgody oznacza wskazanie określonego kanału komunikacji. Za niewywiązywanie się z tych przepisów grożą sankcje, a ponadto takie działanie stanowi czyn nieuczciwej konkurencji. Dodatkowo na żądanie pokrzywdzonego przesyłanie informacji bez zgody podlega ściganiu jako wykroczenie podlegające karze grzywny.

Ad 3) Czy wśród takich działań może znaleźć się wprowadzenie Centralnego Rejestru Sprzeciwu, na wzór rozwiązania zaczerpniętego z Włoch? Czy takie rozwiązanie było wcześniej analizowane w Ministerstwie? Jeśli tak, jakie były wnioski?

W pierwszej kolejności należy zwrócić uwagę, że forma krajowych rozwiązań co do ochrony użytkowników przed niezamówioną informacją handlową zależna jest od regulacji Unii Europejskiej. Art. 398 oraz inne przepisy Pke dotyczące ochrony przed marketingiem wdrażają do polskiego systemu prawnego przepisy 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). Art. 13 ust. 3 wspomnianej Dyrektywy 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. Zgodnie z tym, 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).

Wprowadzając w Polsce zasadę „opt-in”, obrano za cel zagwarantowanie najwyższego poziomu ochrony przed niezamówioną informacją handlową, dążąc przy tym do umożliwienia użytkownikom kontroli nad dotyczącymi ich danymi. Trzeba podkreślić, że wszyscy użytkownicy mogą w dowolnym momencie wycofać udzieloną zgodę, lub zgłosić naruszenie ich praw do odpowiednich organów - Prezesa UKE, Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, dalej „Prezes UODO”, lub Prezesa UOKiK.

W nawiązaniu do przedstawionego rozwiązania włoskiego, wskazać trzeba, że na chwilę obecną Ministerstwo Cyfryzacji nie planuje wprowadzenia rozwiązań mających na celu utworzenie rejestru sprzeciwu co do przesyłania informacji handlowej. Jednakże trendy i rozwiązania europejskie w zakresie ochrony użytkowników przed telemarketingiem są na bieżąco analizowane i monitorowane w Ministerstwie. Mając to na uwadze, w ocenie Ministerstwa rejestry posiadają ograniczoną skuteczność zapewniania praw użytkowników, która uzależniona jest w głównej mierze od rzetelności przedsiębiorców co do weryfikowania numerów wpisanych do baz sprzeciwu. Dodatkowo w przypadku takich rejestrów wzrasta ryzyko nadużyć ze strony podmiotów spoza UE.

Zgodnie z obserwacjami Ministerstwa, zasada „opt-in” zapewnia każdemu użytkownikowi automatyczną ochronę bez konieczności wykonywania dodatkowych działań z jego strony w tym zakresie, tj. zapisywania się na określoną listę. To rozwiązanie przesunęło ciężar dowodu na przedsiębiorców, którzy dowieść muszą, że posiadają zgodę na kontakt. Ponadto jak wynika z analiz regulacji w innych państwach europejskich, coraz większa liczba państw rezygnuje z rozwiązania opartego na liście „do not call”. Przykładowo w Holandii w 2021 r. rejestr „Bel-me-niet Register” (rejestr „do not call”) zastąpiony został zasadą „opt-in”, określającą, że telemarketing dozwolony jest wyłącznie w przypadku, w którym wyrażona została na to wyraźna, uprzednia zgoda użytkownika. Analogiczna zmiana została wprowadzona we Francji, w którym to kraju w czerwcu 2025 r. uchwalono ustawę, zgodnie z którą w miejsce obowiązującej od 2016 r. listy sprzeciwu „Bloctel” zobowiązano przedsiębiorców do uzyskiwania uprzednich zgód na kontakt w celach telemarketingowych. Jak wynikało z uzasadnienia tej zmiany, podyktowane to było niską

skutecznością dotychczasowych przepisów. Wskazać trzeba, że np. również w Niemczech obowiązują przepisy analogiczne do tych przyjętych w Polsce.

Ad 4) Czy Ministerstwo przeanalizuje możliwość wprowadzenia uproszonego trybu zgłaszania naruszeń, np. poprzez elektroniczny formularz UKE/UODO?

Ministerstwo Cyfryzacji, jako podmiot nadzorujący działalność Prezesa UKE, pozostaje w bieżącym kontakcie z Urzędem, także w celu zapewnienia należytej ochrony wszystkim użytkownikom usług komunikacji elektronicznej. Trzeba przy tym zwrócić uwagę, że już teraz użytkownik może skorzystać z prawa do zgłoszenia naruszeń za pomocą elektronicznych formularzy, które dostępne są na stronach internetowych UKE, UODO i UOKiK. Oprócz wspomnianej formy kontaktu możliwe jest także zgłoszenie problemu na adres skrzynki podawczej ePUAP każdego Urzędu poprzez wysłanie pisma np. przy pomocy serwisu mObywatel. Ponadto każdy może zgłosić naruszenie wysyłając wiadomość na dedykowany adres poczty elektronicznej, który można znaleźć na stronie internetowej danego Urzędu.

Ad 5) Czy Ministerstwo przeanalizuje możliwość zwiększenia wysokości kar dla firm naruszających przepisy wskutek stosowania natrętnego telemarketingu?

Według art. 446 ust. 5 Pke w przypadku naruszenia obowiązku uzyskania zgody na przesyłanie informacji handlowej, Prezes UKE nakłada karę w wysokości do 3% przychodu ukaranego podmiotu, osiągniętego w poprzednim roku kalendarzowym lub do 1 000 000 zł, przy czym zastosowanie ma kwota wyższa. Obok tego art. 448 Pke przewiduje, że kto przesyła za pomocą środków komunikacji elektronicznej informacje handlowe bez uprzedniego uzyskania zgody abonenta lub użytkownika końcowego, podlega karze grzywny. Dodatkowo, jak wskazywano wcześniej, takie działanie stanowi czyn nieuczciwej konkurencji. Wskazane w Pke kary są więc w opinii Ministerstwa wystarczająco wysokie, zwłaszcza mając na uwadze fakt, że przepisy Pke weszły w życie w zeszłym roku, a sama ustawa była poprzedzona procesem szerokich konsultacji publicznych.

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

Do wiadomości:

Kancelaria Prezesa Rady Ministrów - Departament Spraw Parlamentarnych