POLSKIE STOWARZYSZENIE MARKETINGU

RADA DS. PRAWA MARKETINGU SMB

www.smb.pl
info@smb.pl
+48 601 971 336

DO WSZYSTKICH UCZESTNIKÓW RYNKU ZAINTERESOWANYCH OBSZAREM ZDALNEJ KOMUNIKACJI Z KLIENTEM

STANOWISKO POLSKIEGO STOWARZYSZENIA MARKETINGU SMB W SPRAWIE NAJNOWSZEGO PROJEKTU USTAWY– PRAWO KOMUNIKACJI ELEKTRONICZNEJ DATOWANEGO NA 15 LUTEGO 2021 R.

Zaproponowany ostatnio projekt nowej ustawy – Prawo komunikacji elektronicznej zawiera propozycje zmian prawa, które przyniosą daleko idące oraz negatywne skutki nie tylko dla branży marketingu oraz e-commerce, ale generalnie dla całego biznesu. Jeżeli nowe przepisy wejdą w życie w zaproponowanym kształcie, przedsiębiorcy będą mieli zaledwie 6 miesięcy na to, aby uzyskać od swoich klientów zupełnie nowe zgody na kontakt marketingowy (osobno na każdy kanał komunikacji). W przeciwnym razie będą zmuszeni zaprzestać działań marketingowych z wykorzystaniem danych swoich klientów i wykasować je ze swoich baz danych.

Na początku lutego br. Kancelaria Prezesa Rady Ministrów rozesłała do organizacji branżowych najnowszy projekt ustawy – Prawo komunikacji elektronicznej (PKE). Do projektu dołączono jego uzasadnienie, a także propozycję ustawy wprowadzającej ustawę – Prawo komunikacji elektronicznej (uwPKE).

W najnowszej wersji dokumentów wprowadzono dodatkowe zmiany, które nie były w żaden sposób omawiane czy nawet sygnalizowane podczas oficjalnych warsztatów zorganizowanych jako podsumowanie konsultacji publicznych.

W uzasadnieniu do projektu PKE w części dotyczącej art. 393, który reguluje wymóg uzyskania zgody na kontakt marketingowy, pojawił się następujący fragment:

Należy podkreślić, że zgoda powinna być zebrana na każdy kanał komunikacji marketingowej.

Zmiana ta stanowi całkowite **odwrócenie dotychczasowego podejścia** prezentowanego przez zespół Ministerstwa Cyfryzacji, a obecnie KPRM. Jeszcze w 2018 r. w oficjalnej publikacji Ministerstwa Cyfryzacji „Poradnik dla sektora Fintech”[1] zawarte były **następujące informacje, które staną się obecnie nieaktualne:**

Brak jest również przeszkód prawnych ku temu, aby jedną zgodą objąć cel prowadzenia marketingu bezpośredniego z wykorzystaniem łączności elektronicznej, co obejmowałoby rozmowy telefoniczne oraz wysyłkę informacji pisemnych w formie poczty elektronicznej.

[1] https://www.gov.pl/web/cyfryzacja/przewodnik-po-rodo; https://www.gov.pl/documents/31305/436699/RODO - FinTech.pdf/f606290e-1234-6ee6-3f8a-4111c41de2cf

www.smb.pl
info@smb.pl
+48 601 971 336

Zasady nieobejmowania jedną formułą zgody kilku celów nie powinno się bowiem odczytywać jako nakaz odrębnego pytania o zgodę na każdy rodzaj czynności mogących się składać na realizację tego celu.

Wielu przedsiębiorców w ramach obowiązujących przepisów, opierając się na treści obecnego art. 172 Prawa telekomunikacyjnego oraz rekomendacji Ministerstwa Cyfryzacji, uzyskuje jedną zgodę na kontakt marketingowy na podane dane kontaktowe (tj. jednocześnie i na telefon, i na mail).

Tymczasem zgodnie najnowszym projektem nowych przepisów każdy kanał komunikacji wymagałby osobnej zgody. Co więcej, projektodawca w żaden sposób nie opisuje, co oznacza „kanał komunikacji". Kluczową regułą jest również to, że zgodnie z art. 91 projektu uwPKE **dotychczasowe zgody zachowają ważność tylko i wyłącznie pod warunkiem, że spełniają wymagania nowych przepisów**.

Nowe przepisy mają wejść w życie już 6 miesięcy po ich ogłoszeniu. Oznaczałoby to zatem, że **przedsiębiorcy działający zgodnie z rekomendacjami rządowymi mieliby zaledwie pół roku na to, aby uzyskać od swoich klientów nowe zgody (osobne na każdy kanał komunikacji). Jeśli tych zgód nie uzyskają, nie będą mogli prowadzić działań marketingowych z wykorzystaniem danych klientów i powinni wykasować je ze swoich baz danych.**

Propozycja nowych przepisów jest skrajnie nieprzyjazna dla całego biznesu, zwłaszcza w środku okresu pandemii, kiedy wszyscy stawiamy na kontakt zdalny. Dla wielu przedsiębiorców stanowi on obecnie jedyną formę dla skutecznego nawiązywania i podtrzymywania relacji z klientami. Ewentualny proces pozyskiwania nowych zgód będzie również uciążliwy, irytujący i niejasny dla samych konsumentów.

Koniecznie jest zatem wspólne działanie organizacji przedsiębiorców oraz samego biznesu w celu wprowadzenia niezbędnych poprawek do projektu PKE. Nasze Stowarzyszenie brało aktywny udział w dotychczasowych pracach nad projektem i szereg zgłoszonych przez nas uwag został uwzględniony w propozycji nowego prawa. Jesteśmy głęboko przekonani, że projektodawca weźmie pod uwagę również niniejsze stanowisko.

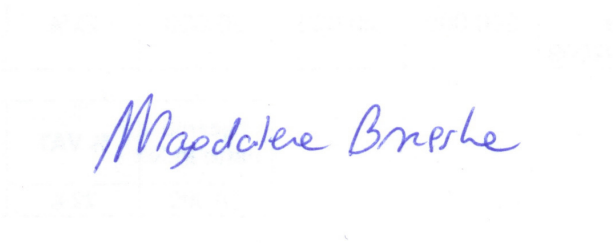
Uważamy, że niezbędna poprawka do projektu nowych przepisów powinna polegać na przywróceniu spójności z rekomendacjami rządowymi z 2018 r., a więc na zmianie nowego fragmentu uzasadnienia projektu na następujący:

Należy podkreślić, że zgoda nie musi być zebrana na każdy kanał komunikacji marketingowej.

www.smb.pl
info@smb.pl
+48 601 971 336

Nasze stanowisko kierujemy również do Kancelarii Prezesa Rady Ministrów i osób bezpośrednio koordynujących prace nad projektem PKE. Wzywamy również wszystkich zainteresowanych do pilnego zajęcia stanowiska, które będzie zbieżne z naszym.

Podmioty zainteresowane dodatkowymi informacjami na temat zmian w przepisach wpływających na możliwość zdalnego kontaktu z klientem lub współdziałaniem w obszarze kształtowania korzystnych dla wszystkich stron warunków prawnych i wywierania wpływu na ustawodawcę zapraszamy do pilnego kontaktu na info@smb.pl.



Magdalena Brzeska
Prezes Polskiego Stowarzyszenia Marketingu SMB