

Szanowni Państwo,

W dniu [tu wpisz datę otrzymania spamu] otrzymałam/otrzymałem od Państwa wiadomość e-mail, zawierającą reklamę Państwa produktu [tu wpisz jakiego produktu bądź usługi dotyczył spam].

Screen tej wiadomości przesyłam w załączeniu.

Uprzejmie informuję, że działania marketingowe Państwa firmy w mojej ocenie naruszają prawo.

Przepisy, z którymi Państwa działalność jest sprzeczna to:

a) art. 10 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną,

b) art. 172 ustawy prawo telekomunikacyjne,

c) art. 6 i art. 14 RODO,

d) art. 3 i art. 16 ust. 1 pkt 5 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji,

e) art. 9 pkt 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym,

a w związku z powyższymi punktami d) i e), dodatkowo

f) na podstawie art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Państwa działalność może być uznana przez UOKiK za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, co grozi nałożeniem przez ten organ kary w wysokości do 10% obrotów Państwa firmy.

Poniżej przedstawię szeroko argumentację prawną na poparcie mojego stanowiska, dzięki któremu mam nadzieję, że bezsprzecznie uznacie Państwo za zasadne moje poniższe roszczenie.

Szanowni Państwo,

Nie jest moim celem wszczynanie długotrwałych sporów przed UODO (naruszenie art. 6 i art. 14 RODO), UOKiK, sądem powszechnym, Urzędem Komunikacji Elektronicznej (art. 209 ust. 1 pkt 25 i art. 210 ust. 1 pr. telekomunikacyjnego) czy postępowania o wykroczenie (art. 24 u.s.d.). Nadmienię jedynie, że wskutek takich postępowania może zostać nałożona na Państwa kara w wysokości 4% Państwa rocznego obrotu przez UODO, 4% rocznego obrotu przez UKE, 10% rocznego obrotu przez UOKiK, grzywna za wykroczenie w wysokości 5 000 zł.

Dążąc do polubownego załatwienia niniejszej sprawy, uprzejmie informuję, że **usatysfakcjonuje mnie wpłata przez Państwa firmę symbolicznej kwoty 500 zł na cel charytatywny**, tj. na rzecz [tu wpisz nazwę instytucji charytatywnej, którą

chcesz wesprzeć. Przykładową listę takich instytucji wraz z numerami rachunków bankowych znajdziesz tutaj].

Nadmieniam, że roszczenie takie przysługuje mi również na podstawie art. 24 § 1 kodeksu cywilnego (a co potwierdził Sąd Rejonowy dla Warszawy-Woli we wspomnianym poniżej wyroku).

Proszę o przesłanie mi kopii wykonanego przez Państwa przelewu bankowego w terminie 7 dni od dzisiaj.

Nie muszę chyba dodawać, że **proszę również o usunięcie mojego adresu e-mail ze wszelkich Państwa list marketingowych**. Proszę o przesłanie mi potwierdzenia dokonania przez Państwa tej czynności.

Nadto proszę o informację, na jakiej podstawie przetwarzacie Państwo moje dane osobowe, skąd je pozyskaliście oraz o wszelkie pozostałe informacje, jakie jesteście mi Państwo winni zgodnie z art. 13 i 14 RODO.

W razie powtórzenia się niechcianej korespondencji marketingowej z Państwa strony nie omieszkać skorzystać z innych przysługujących mi środków prawnych, o których piszę w niniejszym mailu.

Proszę uprzejmie zaznajomić się z poniższą argumentacją prawną:

Ad a)

Zgodnie z tym przepisem zabronione jest przesyłanie niezamówionej informacji handlowej do oznaczonego odbiorcy będącego osobą fizyczną za pomocą środków komunikacji elektronicznej, w szczególności poczty elektronicznej.

Zgodnie zaś z art. 2 pkt 2 tej ustawy, za informacją handlową uważa się **każdą informację** przeznaczoną **bezpośrednio lub pośrednio do promowania** towarów, **usług lub wizerunku** przedsiębiorcy.

Niewątpliwie Państwa wiadomość co najmniej pośrednio (choć raczej bezpośrednio) jest przeznaczona do tego, by promować usługi Państwa firmy i Państwa wizerunek.

Tymczasem, nie wyraziłam/wyraziłem nigdy zgody na otrzymywanie od Państwa informacji handlowych.

Ad b)

Zgodnie z tym przepisem 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.

Komputer czy smartphone służący do odbierania wiadomości e-mail jest niewątpliwie urządzeniem końcowym, a Państwa wiadomość niewątpliwie została sporządzona w celu marketingu bezpośredniego.

Tymczasem, nie wyraziłam/wyraziłem nigdy zgody na kierowanie do mnie przez Państwa firmę działań marketingowych.

Ad c)

Moje dane osobowe (a więc mój adres e-mail) na cele marketingu moglibyście Państwo przetwarzać na dwóch podstawach: zgody lub tzw. prawnie uzasadnionego interesu.

Zgody takiej nigdy na Państwa rzecz nie wyraziłam/wyraziłem.

Wiem, że czasem doradcy prawni różnym firmom wskazują, iż prawnie uzasadnionym interesem może być „marketing bezpośredni własnych produktów i usług”. Nie jest to jednak furtka do tego, by wysyłać konsumentom SPAM.

Zwracam uwagę, że zgodnie z motywem 47 preambuły RODO prawnie uzasadniony interes może istnieć:

o ile w świetle rozsądnych oczekiwań osób, których dane dotyczą, opartych na ich powiązaniach z administratorem nadrzędne nie są interesy lub podstawowe prawa i wolności osoby, której dane dotyczą. Taki prawnie uzasadniony interes może istnieć na przykład w przypadkach, gdy zachodzi istotny i odpowiedni rodzaj powiązania między osobą, której dane dotyczą, a administratorem, na przykład, gdy osoba, której dane dotyczą, jest klientem administratora lub działa na jego rzecz.

Aby stwierdzić istnienie prawnie uzasadnionego interesu, należałoby w każdym przypadku przeprowadzić dokładną ocenę, w tym ocenę tego, czy w czasie i w kontekście, w którym zbierane są dane osobowe, osoba, której dane dotyczą, ma rozsądne przesłanki by spodziewać się, że może nastąpić przetwarzanie danych w tym celu.

Interesy i prawa podstawowe osoby, której dane dotyczą, mogą być nadrzędne wobec interesu administratora danych w szczególności w przypadkach, gdy dane osobowe są przetwarzane w sytuacji, w której osoby, których dane dotyczą, nie mają rozsądnych przesłanek, by spodziewać się dalszego przetwarzania.

Nie wystarczy zatem oprzeć się na ostatnim zdaniu ww. motywu preambuły RODO, który brzmi „Za działanie wykonywane w prawnie uzasadnionym interesie można uznać przetwarzanie danych osobowych do celów marketingu bezpośredniego”.

Państwa marketing bezpośredni będzie uzasadniony tylko wówczas, gdy wykażecie, że wiąże Państwa firmę ze mną jakaś relacja, która pozwala mi spodziewać się, że moje dane będą przetwarzane **oraz** pod warunkiem, że moje interesy nie przeważają nad Państwa interesami handlowymi.

Prawo do ochrony przed niezamówioną informacją handlową (wynikające z art. 10 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną) **jest nadrzędne** w omawianej sytuacji. Po to właśnie istnieje ten przepis, by chronić mnie oraz innych odbiorców korespondencji e-mail przed zalewem niechcianych informacji. Utrata czasu i zdenerwowanie, związane z koniecznością usuwania niechcianych informacji jest dyskomfortem, który powoduje, że naruszane są moje prawa osobiste – spokój wewnętrzny, swoboda korespondencji i prywatność.

Proszę zwrócić uwagę, że 24 stycznia 2020 roku Sąd Rejonowy dla Warszawy-Woli wydał pierwszy w Polsce wyrok, w którym nakazano spamerowi wypłacenie na rzecz internatury zadośćuczynienie w kwocie na kwotę 500 zł za jedną niechcianą wiadomość (sygnatura sprawy: I C 3136/17).

Inaczej rzecz ujmując: niemożliwe jest uznanie danego działania za działanie „w prawnie uzasadnionym interesie”, podczas gdy inny przepis prawa wyraźnie zabrania takiego działania. Inaczej mówiąc: nie może być prawnie uzasadnione coś, co jest wprost sprzeczne z powszechnie obowiązującym przepisem prawa.

Moje **prawo do prywatności** jest wartością wyższą niż Państwa prawo do prowadzenia marketingu. Dlatego na gruncie RODO mój adres e-mail moglibyście Państwo przetwarzać tylko i wyłącznie na podstawie zgody, której nigdy nie udzieliłam/udzieliłem.

Ponadto, jeśli mój adres e-mail pozyskaliście Państwo z jakichś źródeł zewnętrznych (np. zakup bazy mailingowej), to nie otrzymałem od Państwa klauzuli informacyjnej, w której wskazano by źródło, z którego moje dane pochodzą. Państwa działanie jest zatem sprzeczne również z art. 14 RODO.

Ad d)

Zgodnie z art. 10 ust. 3 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, przesyłanie niezamówionej informacji handlowej stanowi czyn nieuczciwej konkurencji.

Potwierdza to art. 16 ust. 1 pkt 5 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, który wskazuje, że takim niedozwolonym działaniem jest reklama, która stanowi istotną ingerencję w sferę prywatności, w szczególności przez (...) nadużywanie technicznych środków przekazu informacji.

Ad e)

Z kolei art. 9 pkt 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym stanowi, że zakazanym, wręcz agresywnym działaniem reklamowym jest uciążliwe i

niewywołane działaniem konsumenta nakłanianie do nabycia produktów przez telefon, faks, pocztę elektroniczną lub inne środki porozumiewania się na odległość.

Ad f)

Gdyby tego wszystkiego było mało, proszę zwrócić uwagę, że zgodnie z art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Państwa działalność – skoro stanowi nieuczciwą praktykę rynkową oraz czyn nieuczciwej konkurencji – może być uznana przez UOKiK za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Jeżeli nie jestem jedynym konsumentem, do którego została wysłana wiadomość uważana przeze mnie za spam, to sytuacja ta grozi nałożeniem przez UOKiK na Państwa firmę kary w wysokości do 10% rocznych obrotów.

Sprawy takie miały już w Polsce miejsce, np. Głośna sprawa firmy Netia, o której można przeczytać więcej na stronie https://www.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=15607.

Z poważaniem,

[*twój podpis*]