

Warszawa, 04.12.2020

## Czy zgodnie z RODO można wysłać kartki świąteczne do klientów lub potencjalnych klientów?

Zbliżają się Święta Bożego Narodzenia, a firmy rozpoczynają wysyłkę kartek świątecznych do aktualnych, byłych lub potencjalnych klientów. Niekiedy do kartek dołączają oferty dotyczące świadczonych usług lub sprzedawanych produktów (zwłaszcza teraz, w czasie pandemii, chcąc pozyskać nowych klientów). Otrzymujemy w związku z tym pytania, czy takie działania są zgodne z RODO. W niniejszym wpisie wyjaśniamy, co można, a czego nie można i jak zapewnić zgodność z przepisami o ochronie danych osobowych.

### 1. Cel wysyłania kartek świątecznych

Zacznijmy od podstaw. Po co firma wysyła kartki świąteczne do swoich klientów? Zazwyczaj po to, aby **podtrzymywać dobre relacje z aktualnym klientem lub z byłym klientem, dążąc do tego, aby powrócił i ponownie skorzystał z usług lub zakupił jakiś towar**. Są to w mojej ocenie **cele marketingowe**, gdyż docelowo zmiierzają do utrzymania klienta (doprowadzenia do tego, aby nadal korzystał z usług lub dokonywał zakupów u danego przedsiębiorcy), albo do powrotu klienta.

Zdarza się również, że firmy planują wysyłkę kartek świątecznych do osób/podmiotów, z którymi do tej pory nie łączyły ich żadne relacje. Celem jest wówczas **pozyskanie nowych klientów, czyli tu również wchodzimy w obszar działań marketingowych**. Do rozważenia przez każdą firmę pozostaje kwestia, czy faktycznie takie działania mają sens biznesowy. Z uwagi jednak na to, że dostajemy pytania co do takich działań, odnosimy się w niniejszym wpisie także do nich.

### 2. Forma papierowa czy mailowa?

W zależności od formy wysyłki kartek świątecznych (plus ewentualnie ofert), należy spełnić nieco odmienne wymagania prawne.

Jeśli przedsiębiorca chce wysłać tego typu korespondencję **mailowo**, musi pamiętać, że **takie kartki świąteczne, niezależnie czy z połączone z konkretną ofertą, czy nie, będą uznawane za wysyłkę informacji handlowych drogą elektroniczną**. Potrzebna jest na to zgoda. Jeśli **nie ma uprzedniej zgody danej osoby na przesyłanie jej takiego rodzaju informacji, nie należy wysyłać kartek**. Dotyczy to zarówno naszych aktualnych lub byłych klientów, jak i – co oczywiste – osób, z którymi do tej pory nie mieliśmy żadnych relacji.

W przypadku wysyłki **kartek świątecznych i ofert tradycyjną drogą pocztową**, jest nieco łatwiej. Marketing bezpośredni prowadzony tym kanałem komunikacji **może być oparty na**

**prawnie uzasadnionym interesie administratora, czyli art.**

**6 ust. 1 lit. f RODO.** Przedsiębiorcy muszą jednak pamiętać o dokonaniu **analizy**, czy biorąc pod uwagę rozsądne oczekiwania odbiorcy korespondencji, oparte na jego powiązaniach z administratorem, jego **prawa i wolności nie stoją wyżej niż interesy przedsiębiorcy**. Jeśli przedsiębiorca dojdzie do wniosku, że **osoba fizyczna może realnie spodziewać się otrzymania kartki świątecznej, nawet połączonej z konkretną ofertą i nie ingeruje to nadmiernie w jej prawa i wolności, można wystać kartkę** z powołaniem się na prawnie uzasadniony interes administratora.

### 3. Obowiązek informacyjny

Jeżeli przedsiębiorca przetwarza dane osobowe **konkretnej osoby fizycznej** (nieważne, czy konsumenta, czy osoby fizycznej prowadzącej działalność gospodarczą lub pracownika jakiejś firmy), np. w celu marketingu bezpośredniego i wysyłki kartek świątecznych, **musi spełnić wobec takich osób obowiązek informacyjny**.

**Czy to oznacza, że do każdej kartki świątecznej trzeba dołączyć taką informację? To zależy:**

1. Jeśli wyślesz kartkę do swojego **aktualnego lub byłego klienta bądź pracownika takiego klienta** (zarówno mailowo – jeśli masz zgodę na przesyłanie informacji handlowych drogą elektroniczną, jak i pocztą tradycyjną), któremu **przy nawiązywaniu współpracy przekazywałeś obowiązek informacyjny, wskazując, że będziesz przetwarzać dane osobowe m.in. na podstawie prawnie uzasadnionego interesu w celu marketingu bezpośredniego, nie musisz dołączać klauzuli informacyjnej przy wysyłce kartki**. Taka osoba może realnie spodziewać się, że otrzyma korespondencję w związku ze współpracą między stronami, a ponadto otrzymała już wcześniej wszelkie informacje od administratora.
2. Jeśli **nie spełniłeś wcześniej obowiązku informacyjnego** wobec swojego klienta, sprawa jest bardziej skomplikowana. Informacja o celach przetwarzania danych powinna zostać **przekazana podczas pozyskiwania danych**. Dodatkowo, **jeśli nie informowałeś o konkretnym celu przetwarzania w postaci marketingu bezpośredniego na podstawie prawnie uzasadnionego interesu, to przed wysyłką kartek czy samych ofert powinieneś dopełnić tego obowiązku** (pamiętaj też, że dana osoba może się sprzeciwić takiemu przetwarzaniu i wówczas **musisz bezwzględnie uwzględnić taki sprzeciw**).
3. Jeśli chcesz wysłać kartki świąteczne do osób, z którymi **nie miałeś dotąd w ogóle kontaktu i chcesz, aby stali się Twoimi klientami, musisz również spełnić obowiązek informacyjny**. Przedsiębiorcy zazwyczaj pozyskują dane potencjalnych klientów **ze źródeł trzecich, w tym publicznie dostępnych** – różnego rodzaju komercyjnych baz danych czy CEIDG. Należy pamiętać, że w takim przypadku obowiązek informacyjny powinien **zawierać wskazanie źródła pozyskania danych**

i kategorii przetwarzanych danych (oraz oczywiście pozostałe informacje wskazane w art. 14 RODO). Obowiązek należy wówczas spełnić maksymalnie w ciągu miesiąca od pozyskania danych, a w razie kontaktu z daną osobą – przy tym pierwszym kontakcie. Oznacza to, że w praktyce do kartki świątecznej przedsiębiorca powinien dołączyć obowiązek informacyjny. W tym przypadku jednak szczególnie ważne jest dokonanie oceny, czy faktycznie przedsiębiorca ma prawnie uzasadniony interes, a odbiorca może spodziewać się takiego przetwarzania danych osobowych. Może to być dyskusyjne. Inną kwestią jest sens biznesowy takich działań – to przedsiębiorca musi ocenić samodzielnie.

#### 4. Wysyłanie kartek świątecznych do spółek

Wymogów, o których mowa powyżej nie musisz spełniać, jeśli **wysyłasz kartkę świąteczną** nie do konkretnej osoby, lecz **na adres spółki**. **Nie mamy wówczas do czynienia z przetwarzaniem danych osobowych, RODO nie ma więc zastosowania.**

#### 5. Podsumowanie

- Wysyłasz **kartkę do spółki** (na ogólny adres firmowy), nie do konkretnej osoby fizycznej – **RODO nie ma zastosowania.**
- Wysyłasz kartkę **mailowo do osoby fizycznej** – aktualnego lub byłego klienta, konkretnego pracownika klienta, potencjalnego klienta – **możesz dokonywać wysyłki**, jeśli **masz uprzednią zgodę na przesyłanie informacji handlowych drogą elektroniczną** oraz podczas pozyskiwania danych bezpośrednio od danej osoby/przy pierwszym kontakcie, maksymalnie w ciągu miesiąca od pozyskania danych z innego źródła, **spełniesz obowiązek informacyjny wobec tej osoby.**
- Wysyłasz kartkę pocztą tradycyjną do aktualnego lub byłego klienta – jest to **dozwolone jeśli przy nawiązywaniu relacji spełniesz obowiązek informacyjny i wskażesz w nim, że będziesz przetwarzać dane osobowe w celu marketingu bezpośredniego na podstawie prawnie uzasadnionego interesu**, polegającego m. In. na podtrzymywaniu relacji biznesowych – w tym przypadku **do kartki świątecznej nie musisz dołączać klauzuli informacyjnej.**
- Wysyłasz kartkę pocztą tradycyjną do aktualnego lub byłego klienta, **wobec którego nie spełniesz wcześniej obowiązku informacyjnego albo do osoby, z którą wcześniej nie miałeś relacji** – musisz dokładnie **przeanalizować, czy faktycznie zachodzi prawnie uzasadniony interes**; przed rozpoczęciem wysyłki do aktualnych byłych klientów powinni oni dostać **informację, że będziesz przetwarzać ich dane w taki sposób**; w przypadku potencjalnych klientów, **obowiązek informacyjny powinien być spełniony maksymalnie w ciągu miesiąca od pozyskania danych, a w przypadku kontaktu – przy pierwszym kontakcie** – w

tym ostatnim przypadku jednak **prawie uzasadniony interes może zostać zakwestionowany.**

**Agnieszka Rapcewicz**  
**Specjalista ds. ochrony danych osobowych w iSecure Sp. z o.o.**