



# Kampanie e-mailingowe w czasach RODO

praktyczny przewodnik

[inis.pl](http://inis.pl)

  
FEEL THE INNOVATION



[force.org.pl](http://force.org.pl)

# *Nie musisz obawiać się RODO!*



*25 maja wchodzi w życie RODO, które już w chwili obecnej tworzy zamieszanie na rynku reklamy internetowej poprzez dosyć ogólne sformułowania i brak konkretnych wytycznych. Po głębszej analizie sprawa wydaje się nie taka straszna.*

*Wraz z Fundacją FORCE, której statutowym działaniem jest rozwój i ochrona komunikacji elektronicznej przygotowaliśmy poradnik, który pokazuje na co należy zwrócić uwagę oraz jakie warunki należy spełnić realizując kampanie e-mailingowe w czasach obowiązywania nowych przepisów.*

**Roman Grygierek, CEO INIS**  
**E-mailingowa Sieć Reklamowa, Sieć Afiliacyjna**



# *Naszą misją jest edukowanie i pomoc wszystkim, którzy chcą walczyć z nielegalnymi działaniami w Internecie.*

**Przemysław Marcol, Prezes Zarządu  
Fundacja Rozwoju i Ochrony Komunikacji Elektronicznej**

## **O nas**

Fundacja Rozwoju i Ochrony Komunikacji Elektronicznej (“FORCE”) powstała w marcu 2013 r., w reakcji na ciągle zmieniającą się rzeczywistość związaną z komunikacją elektroniczną – regulacjami, trendami, możliwościami, które ciągle się poszerzają, ale również z uwagi na mnożące się w świecie cyfrowym zagrożenia.

Naszym celem nadrzędnym jest ochrona osób korzystających z komunikacji elektronicznej przed naruszeniami ich praw, a w szczególności walka ze zjawiskiem spamu. Wspieramy także rozwój wartościowej, zasadnej komunikacji. W tym celu m.in. stworzyliśmy Listę Robinsona, której zadaniem jest zarówno ochrona konsumentów przed niechcianymi, niezamawianymi wiadomościami, jak i pomoc odpowiedzialnym społecznie przedsiębiorstwom, które wyrażają chęć rzetelnego komunikowania się z konsumentami.

## Czy i jak RODO wpłynie na kampanie e-mailingowe?

RODO w żaden sposób nie zabrania prowadzenia kampanii e-mailingowych. Co więcej – nie zmienia ani nie utrudnia tego procesu.

Zmianie ulegnie jedynie poziom szczegółowości zgód na przetwarzanie danych – mają one być bardziej precyzyjne i łatwiejsze do zrozumienia dla użytkowników Internetu.

RODO ma także sprawić, że przechowywane dane będą lepiej chronione, co jest zdecydowanie zmianą na lepsze.

## RODO reguluje dwa obszary e-mail marketingu

Działania na bazach własnych obejmujące zbieranie danych i ich przetwarzanie oraz prowadzenie komunikacji z wykorzystaniem systemu e-mailingowego

Zlecenie wysyłek kampanii reklamowych do zewnętrznych baz e-mailingowych

Jeżeli masz **własne bazy danych i samodzielnie wysyłasz e-mailingi**, zadbaj o:

- prawidłowe zgody [szablony najczęściej używanych zgód znajdziesz [TUTAJ](#)]

## Przykład:

[ ] Wyrażam zgodę na **przetwarzanie moich danych osobowych** przez **<nazwa podmiotu>** o numerze identyfikacyjnym NIP: **<nr NIP>** w celu **<konkretny cel>**, zgodnie z Ustawą o Ochronie Danych Osobowych z dnia 29 sierpnia 1997 r. (Dz. U. Dz.U. 1997 nr 133 poz. 883) oraz Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (RODO). Dane będą przetwarzane **<okres przetwarzania danych>**. Wyrażenie zgody jest dobrowolne. Jestem świadomy, że mam możliwość dostępu do swoich danych, w celu ich sprostowania i usunięcia oraz żądania ograniczenia ich przetwarzania ze względu na moją szczególną sytuację oraz wycofania udzielonej zgody w każdym momencie, przy czym, cofnięcie uprzednio wyrażonej zgody nie wpłynie na legalność przetwarzania przed jej wycofaniem, a także wniesienia skargi do organu nadzorczego. Dane **<będą / nie będą>** przekazywane do państw trzecich oraz **<podlegają / nie podlegają>** profilowaniu tj. automatycznemu podejmowaniu decyzji.

Jeżeli masz **własne bazy danych i samodzielnie wysyłasz e-mailingi**, zadbaj o:

- właściwe dokumenty:
  - polityka bezpieczeństwa
  - instrukcja zarządzania systemem informatycznym
  - upoważnienie do przetwarzania danych osobowych
  - ewidencja osób upoważnionych
  - ewidencja naruszeń ochrony danych osobowych
  - ewidencja żądań praw osób, których dane dotyczą
  - procedura zarządzania incydentami i naruszeniami ochrony danych osobowych
  - [rejestr czynności przetwarzania](#) (jeśli dotyczy)
- wystarczające zabezpieczenia baz danych (m.in. szyfrowanie danych)

Jeśli do wysyłki używasz **systemu e-mailingowego**, sprawdź czy spełnia on następujące wymogi:

- rejestr historii zdarzeń dot. danego użytkownika
- możliwość wglądu i wyeksportowania historii zdarzeń dot. danego klienta
- możliwość wyeksportowania wszystkich danych i przeniesienia ich do innego systemu
- kilka poziomów dostępu do systemu (tzw. role, czyli przykładowo część użytkowników systemu nie ma fizycznego dostępu do rekordu, czyli nie widzi, że adres email to: jan.kowalski@inis.pl)
- wdrożoną politykę haseł
- czy masz podpisaną umowę powierzenia danych osobowych z dostawcą tego systemu



Jeśli realizujesz kampanie e-mailingowe do **baz zewnętrznych**, czyli zlecasz firmie zewnętrznej aby dla Ciebie zrealizowała wysyłkę do swojej bądź innej bazy e-mailingowej, upewnij się, że właściciel tej bazy posiada:

- prawidłowe zgody [szablony najczęściej używanych zgód znajdziesz [TUTAJ](#)]

## Przykład:

[ ] Wyrażam zgodę na **przetwarzanie moich danych osobowych** przez **<nazwa podmiotu>** o numerze identyfikacyjnym NIP: **<nr NIP>** [oraz jego/jej partnerów handlowych] w celu **<konkretny cel>**, zgodnie z Ustawą o Ochronie Danych Osobowych z dnia 29 sierpnia 1997 r. (Dz. U. Dz.U. 1997 nr 133 poz. 883) oraz Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (RODO). Dane będą przetwarzane **<okres przetwarzania danych>**. Wyrażenie zgody jest dobrowolne. Jestem świadomy, że mam możliwość dostępu do swoich danych, w celu ich sprostowania i usunięcia oraz żądania ograniczenia ich przetwarzania ze względu na moją szczególną sytuację oraz wycofania udzielonej zgody w każdym momencie, przy czym, cofnięcie uprzednio wyrażonej zgody nie wpłynie na legalność przetwarzania przed jej wycofaniem, a także wniesienia skargi do organu nadzorczego. Dane **<będą / nie będą>** przekazywane do państw trzecich oraz **<podlegają / nie podlegają>** profilowaniu tj. automatycznemu podejmowaniu decyzji.

Jeśli realizujesz kampanie e-mailingowe do **baz zewnętrznych**, czyli zlecasz firmie zewnętrznej aby dla Ciebie zrealizowała wysyłkę do swojej bądź innej bazy e-mailingowej, upewnij się, że właściciel tej bazy posiada:

- właściwe dokumenty:
  - polityka bezpieczeństwa
  - instrukcja zarządzania systemem informatycznym
  - upoważnienie do przetwarzania danych osobowych
  - ewidencja osób upoważnionych
  - ewidencja naruszeń ochrony danych osobowych
  - ewidencja żądań praw osób, których dane dotyczą
  - procedura zarządzania incydentami i naruszeniami ochrony danych osobowych
  - [rejestr czynności przetwarzania](#) (jeśli dotyczy)
- wystarczające zabezpieczenia baz danych (m.in. szyfrowanie danych)

## Profilowanie e-mailingów

Profilowanie e-mailingów, oznacza że zbierane są, przetwarzane i łączone dane na temat zachowania, zainteresowania i intencji zakupowych użytkownika otwierającego i klikającego w kreacje e-mailingowe, w celu dopasowywania ofert i kampanii reklamowych odpowiadających na zainteresowania danej osoby.

Przykład 1:

*Firma zbiera informacje na temat zainteresowania osób kupnem wyjazdu wakacyjnego, po czym, na podstawie analizy danych, przedstawia tym osobom ofertę ubezpieczenia podróznego.*

Przykład 2:

*Zbieranie danych o kobietach, które poszukują informacji na temat przebiegu ciąży i opieki nad noworodkami, po to, by realizować kampanie dotyczące produktów dla dzieci w wieku do roku życia.*

## Profilowanie e-mailingów

Jeżeli zastanawiasz się, jak przygotować posiadaną bazę do przepisów RODO, to najważniejsze jest poinformowanie użytkowników z bazy, że prowadzone są działania mające na celu profilowanie e-mailingów, czyli zbierane są, przetwarzane i łączone dane o użytkownikach, w celu lepszego dopasowania ofert. W stopce takiego e-maila powinna znaleźć się także informacja o profilowaniu danych (treść zapisu, patrz str. 14.)

Przykład treści e-maila informującego bazę o profilowaniu, patrz str. 13.

# Profilowanie e-mailingów

## Przykład treści e-maila informacyjnego nt. RODO wraz z informacją o profilowaniu:

Drogi Użytkowniku,

W związku z wejściem w życie 25 maja 2018 roku, ROZPORZĄDZENIE PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych lub RODO) chcemy przekazać Ci kilka informacji:

Przede wszystkim zależy nam na zachowaniu Twojej prywatności oraz bezpieczeństwie Twoich danych osobowych oraz informacji dotyczących Twojej aktywności w sieci, a także na zapewnieniu Ci możliwości realizowania wszystkich przysługujących Ci w związku z RODO praw. Chcemy również dostarczać Ci jak najlepiej dopasowane treści marketingowe.

### Kto będzie administratorem Twoich danych?

Administratorem Twoich danych jest ....., z siedzibą w ....., przy ul. ...., NIP: ....., dalej zwana Administratorem

### Dlaczego chcemy przetwarzać Twoje dane?

Dane podlegają profilowaniu w celu przedstawienia Ci najbardziej korzystnej i dopasowanej do Twoich preferencji oferty. Dokonywania analiz, które pozwolą udoskonalać nasze usługi i maksymalnie personalizować komunikację. Zapewnienia większego bezpieczeństwa usług, a tym wykrywania ewentualnych nadużyć.

Dane **będą / nie będą** przekazywane do państw trzecich.

### Jakie są podstawy prawne przetwarzania danych?

Dane przetwarzane są w celu marketingu bezpośredniego dotyczącego produktów i usług Administratora [oraz jego partnerów handlowych]\*, zgodnie z Ustawą o Ochronie Danych Osobowych z dnia 29 sierpnia 1997 r. (Dz. U. 1997 nr 133 poz. 883 oraz Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (RODO)

### Jakie są Twoje prawa w stosunku do danych?

Dane będą przetwarzane do czasu odwołania wyrażonej przez Państwa zgody. Wyrażenie zgody jest dobrowolne. Masz prawo dostępu do swoich danych, w celu ich sprostowania i usunięcia oraz żądania ograniczenia ich przetwarzania ze względu na swoją szczególną sytuację oraz wniesienia skargi do Urzędu Ochrony Danych Osobowych, a także wycofania udzielonej zgody w każdym momencie, przy czym, cofnięcie uprzednio wyrażonej zgody nie wpływa na legalność przetwarzania przed jej wycofaniem.

### Z kim kontaktować się celu realizacji swoich praw?

Naszym Inspektorem Ochrony Danych jest **Pan/Pani** ....., adres e-mail .....

\*pozyskiwanie zgód dla partnerów handlowych nie jest obowiązkowym elementem wysyłki informacyjnej, w wypadku zbierania zgód z uwzględnieniem partnerów handlowych sugerujemy załączenie listy partnerów (np. w formie listy otwieranej hipertączem)

## Profilowanie e-mailingów

Pamiętaj, by na bieżąco informować o profilowaniu e-mailingów poprzez umieszczenie w stopce e-mailingów, zapisu wraz z linkowaniem do polityki cookies i prywatności:

*„Rozumiem, że klikając w powyższy link wyrażam zgodę, aby zbierane były (np. za pośrednictwem plików cookie) dane na temat mojego zachowania, zainteresowania i intencji zakupowych w sieci, w celu dopasowywania dla mnie ofert i kampanii reklamowych (co oznacza, że dane takie będą profilowanie w rozumieniu art. 4 ust. 4 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady UE o Ochronie Danych osobowych z dnia 27 kwietnia 2016 r.). Rozumiem, że wyrażenie zgody umożliwi przedstawienie mi oferty dopasowanej do moich potrzeb i zgodnej z moimi zainteresowaniami.”*

## Profilowanie na stronie www

Profilowanie na stronie www, oznacza że zbierane są, przetwarzane i łączone dane na temat zachowania, zainteresowania i intencji zakupowych użytkownika w sieci, w celu dopasowywania ofert i kampanii reklamowych odpowiadających na zainteresowania danej osoby. Przykłady patrz str. 11

Pamiętaj, by na bieżąco informować o zbieraniu danych na www poprzez umieszczenie w polityce cookies (polityce prywatności), w widocznym miejscu na stronie www zapisu, komunikatu wraz z linkowaniem do polityki cookies i prywatności oraz dwoma buttonami „wyrażam zgodę” / „nie wyrażam zgody”:

*„Strona, może zbierać (np. za pośrednictwem plików cookie) dane na temat zachowania, zainteresowania i intencji zakupowych użytkownika w sieci, w celu dopasowywania ofert i kampanii reklamowych odpowiadających na zainteresowania danej osoby (co oznacza, że dane takie będą profilowanie w rozumieniu art. 4 ust. 4 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady UE o Ochronie Danych osobowych z dnia 27 kwietnia 2016 r.). Dzięki wyrażeniu zgody będziemy mogli przedstawić użytkownikowi ofertę dopasowaną do jego potrzeb i zgodną z jego zainteresowaniami.”*

Istotne jest także podpisanie umowy Powierzenia Przetwarzania Danych Osobowych pomiędzy właścicielem serwisu (strony www) a firmą wykorzystującą zebrane dane.

Jeżeli spełnisz powyższe wymogi będziesz spokojny i pewny, że jesteś dobrze przygotowany do wejścia RODO.



Od kilku miesięcy wraz z Fundacją FORCE obserwujemy, że pojawiają się podmioty, które przy okazji wchodzenia w życie RODO próbują **czерpać z tego faktu korzyści materialne**.

Działalność ta przejawia się w próbach **wyłudzenia odszkodowań w imieniu konsumentów** od firm realizujących kampanie e-mailingowe pod pretekstem rzekomego zgłoszenia spamu.

W tym celu zachęcają konsumentów, odbiorców e-mailingów (obietnicą osiągnięcia zysków) do zgłoszeń spamu. Te wątpliwe roszczenia są przekazywane do tychże podmiotów, które w ich imieniu roszczą odszkodowania od firm realizujących kampanie e-mailingowe.

Dotychczasowe przypadki pokazują, że ogromna ilość tych **zgłoszeń jest bezpodstawna** i bez problemu wyjaśniana przez właścicieli baz e-mailingowych.

Nasze wieloletnie doświadczenie w branży online oraz współpraca z Fundacją FORCE, która zajmuje się rozwojem i ochroną komunikacji elektronicznej pozwoliły nam podjąć walkę z tak nieuczciwie działającymi podmiotami.

## Co powinieneś zrobić, kiedy dostaniesz pismo, w którym ktoś oskarża Cię o bezpodstawne wysyłanie informacji handlowych?

- sprawdź, czy pismo na pewno jest adresowane do Ciebie i czy wszystkie dane są poprawne
- jeżeli wysyłka realizowana była do Twojej bazy sprawdź poprawność zgód (patrz str. 6)
- poinformuj osobę zgłaszającą spam o dacie, miejscu uzyskania zgody oraz zakresie w jakim możesz przetwarzać oraz prowadzić działania marketingowe dla danej osoby (danego rekordu)
- w przypadku, gdy wysyłka była realizowana do bazy zewnętrznej zgłoś ten fakt do właściciela tej bazy. To na administratorze (właścicielu bazy) ciąży obowiązek poinformowania swoich użytkowników o posiadanych danych i zgodach na przetwarzanie danych osobowych
- równocześnie poinformuj osobę zgłaszającą kto jest administratorem bazy i z kim powinien wyjaśnić powstałą sytuację.

Jeśli jesteś pewien, że zgody zbierane są w poprawny sposób, zgłoś próbę wyłudzenia do Fundacji FORCE. Niech eksperci ocenią, czy jest się czym martwić.

## Jak my w INIS przygotowaliśmy się do RODO?

Dostosowaliśmy system e-mailingowy INIS do obowiązujących wymogów (patrz str. 8).

Rozwiązywanie wszelkich problemów i wyjaśnianie zgłoszeń spoczywa po naszej stronie, to my kontaktujemy się z administratorem bazy.

Dbamy i edukujemy właścicieli baz danych skupionych w ramach sieci e-mailingowej INIS w zakresie dostosowania się do przepisów RODO.

## Najczęstsze pytania:

### 1. Czy baza musi być w GIODO?

Od 25 maja 2018 r. bazy nie będą musiały być zgłaszane do organu nadzorczego (obecnie GIODO).

### 2. W jaki sposób właściciel powinien udowodnić, że posiada zgody?

Właściciel musi być w stanie udzielić informacji:

- od kiedy i jakie dane posiada na temat konkretnej osoby
- w jaki sposób dane były przetwarzane (w jakim celu były wykorzystywane)
- w jakich okolicznościach i w jakim celu pozyskał dane
- czy przekazywał dane osobom trzecim
- czy „matchował” dane z plikami cookie itd.

### 3. Czy właściciel bazy danych musi informować, że korzysta z profilowania?

Jeśli dane podlegają profilowaniu, trzeba poinformować o tym osoby wchodzące na Twoją stronę internetową. Można to zrobić tak samo, jak w przypadku cookie – w formie pop-up’u.

### 4. Czy właściciel bazy musi ponownie prosić o zgody?

Jeśli posiadane zgody pozyskane zostały zgodnie z obecnie obowiązującym prawem, po wejściu RODO nie trzeba będzie ponownie prosić o ich wyrażenie. Wtedy wystarczająca będzie kampania informacyjna, w której należy przekazać osobom, które dane są w naszym posiadaniu oraz wskazać m.in. okres, przez jaki będziemy je przetwarzać oraz cel tego przetwarzania.

Masz pytania i wątpliwości? Skontaktuj się z nami,  
znajdziemy rozwiązanie – **biuro@inis.pl**



[inis.pl](http://inis.pl), saresa.pl **siedziba:** INIS sp. z o.o., ul. Kościelna 6, 44-200 Rybnik **biuro handlowe:** ul. Grzybowska 2 lok. 34, 00-131 Warszawa

[force.org.pl](http://force.org.pl), saresa.pl **siedziba:** Fundacja Rozwoju i Ochrony Komunikacji Elektronicznej, ul. Raciborska 35A, 44-200 Rybnik