

2023

10 NAJWAŻNIEJSZYCH ZMIAN PRAWNYCH W E-COMMERCE I MARKETINGU



Przełom roku to najczęściej czas zmian, w tym także takich, które dotyczą przepisów prawnych. Ta checklista pomoże Ci zweryfikować, czy Twój e-biznes również powinien się zmienić z początkiem stycznia, a jeśli tak to w jakim zakresie. Poniżej znajdziesz informacje dotyczące tego jak dostosować e-commerce i marketing do nowych regulacji prawnych obowiązujących od 1 stycznia 2023 r.

1.

OBNIŻKI CEN

ROBISZ PROMOCJĘ? NIE ZAPOMNIJ POINFORMOWAĆ O NAJNIŻSZEJ CENIE PRODUKTU LUB USŁUGI

Robisz promocję, wyprzedaż lub przecenę? Teraz będziesz miał obowiązek poinformować o **najniższej cenie** jaką miały przeceniane produkty lub usługi w okresie ostatnich 30 dni. Niedopełnienie tego obowiązku będzie wiązać się z ryzykiem wymierzenia Ci kary do 20.000,00 zł przez Inspekcje handlową.

2.

OPINIE

INFORMUJ O TYM, CZY I JAK WERYFIKUJESZ OPINIE

Pozwalasz zamieszczać w swoim sklepie internetowym, albo na swojej stronie internetowej opinie na temat Twoich produktów lub usług? Jeśli tak, to pamiętaj że Twoim nowym obowiązkiem będzie teraz poinformowanie, czy **weryfikujesz te opinie** co do ich pochodzenia od osób, które kupiły produkt lub korzystały z usługi. Informacja nie powinna się ograniczać tylko do wskazania, czy taka weryfikacja ma miejsce, ale także podania na jakiej zasadzie ona przebiega. Brak takiej informacji albo nierzetelne poinformowanie o sposobie weryfikacji może zakończyć się postępowaniem wszczętym przez Prezesa UOKiK.

3.

FAŁSZYWE OPINIE

KUPUJESZ OPINIE LUB LIKE'Y ? ZAPRZESTAŃ TEGO PROCEDERU!

Wielu przedsiębiorców nie wie, że już obecnie kupowanie opinii lub like'ów może być uznane za praktykę naruszającą **zbiorowe interesy konsumentów**. Po wejściu w życie polskich przepisów wdrażających dyrektywę Omnibus takie działanie będzie natomiast już zawsze traktowane jako tzw. **czarna praktyka rynkowa**. Z całą pewnością wszyscy przedsiębiorcy, którzy takie praktyki wykorzystywali powinni ich zaniechać, ale też najbezpieczniej byłoby, gdyby usunęli wszystkie tak „pozyskane” opinie (i like'i o ile byłoby to możliwe).

4.

UMOWY "OPŁACANE" DANymi

DOSTARCZASZ USŁUGI CYFROWE W ZAMIAN ZA DANE? PAMIĘTAJ O TEJ JEDNEJ KWESTII!

Jeśli dostarczasz treści cyfrowe lub usługi cyfrowe takie jak choćby newsletter, e-book, czy webinar w zamian za adres e-mail lub ewentualnie inne dane osobowe powinieneś wiedzieć, że takie działanie także **stanowi umowę**. Skoro tak, to każda ze stron może ją rozwiązać. Warto wiedzieć, że jeśli dojdzie do tego na skutek działania konsumenta to zasadą będzie Twój obowiązek do zaprzestania wykorzystania jego danych osobowych.

5.

PRODUKTY CYFROWE

NOWE PRZEPISY DOTYCZĄCE PRODUKTÓW CYFROWYCH

Jeżeli sprzedajesz produkty cyfrowe to z nowym rokiem czekają Cię spore zmiany w związku z wejściem w życie nowych przepisów ustawy o prawach konsumenta, szczegółowo regulujących umowy o **treści lub usługi cyfrowe**. Nowe przepisy regulują prawa i obowiązki stron takiej umowy, kwestie aktualizacji, zmian, a także **zady reklamacji treści lub usług cyfrowych**.

6.

DOSTOSOWANIE CENY

INDYWIDUALNIE, A ZARAZEM AUTOMATYCZNIE USTALASZ CENY?
MUSISZ O TYM POINFORMOWAĆ!

Stosujesz w swoim sklepie internetowym automatyczne ustalanie cen w oparciu o cechy klienta? Po wdrożeniu Omnibusa **będziesz musiał o tym informować!** Warto jednak przypomnieć, że takie działanie wiąże się praktycznie zawsze z przetwarzaniem danych osobowych, co sprawia, że już obecnie takie działanie „podpada” pod RODO. Nieprawidłowe działanie przedsiębiorcy w tym zakresie jest niezmiernie niebezpieczne ponieważ może doprowadzić nie tylko do wszczęcia postępowania przez Prezesa UOKiK, ale też przez Prezesa UODO.

7.

REKLAMA MEDYCZYNY ESTETYCZNEJ

REKLAMUJESZ ZABIEGI MEDYCZYNY ESTETYCZNEJ?
PAMIĘTAJ, ŻE MOŻE TO KOSZTOWAĆ NAWET DO 2.000.000 ZŁ.

Jeśli zabiegi medycyny estetycznej, które są wykonywane w Twoim gabinecie wiążą się z wykorzystaniem produktów medycznych, których użycie nie jest przeznaczone dla laików od 1 stycznia 2023 r. ich reklama będzie zakazana. Chodzi tu rzecz jasna nie tylko o reklamę w radio, prasie, czy telewizji, ale także o reklamę w social mediach, czy na Twojej stronie internetowej. Warto o tym wiedzieć ponieważ nieprzestrzeżenie tego zakazu może spowodować nałożeniem administracyjnej kary pieniężnej w wysokości nawet do 2 milionów złotych.

8.

REKLAMA WYROBÓW MEDYCZNYCH

SPRZEDAJESZ WYROBY MEDYCZNE?
LEPIEJ ZAPOZNAJ SIĘ Z NOWYMI ZASADAMI REKLAMY!

Sprzedawcy wyrobów medycznych muszą liczyć się z nowymi ograniczeniami w reklamie.

Warto pamiętać, że wyrobami medycznymi są także te mniej oczywiste produkty takie jak niektóre materace, poduszki, czy część akcesoriów sportowych. W tym przypadku, jeśli dane wyroby medyczne mogą być używane przez laików, ograniczenia nie będą aż tak drastyczne jak w przypadku większej części zabiegów medycyny estetycznej. Zakazane będzie tylko wykorzystywanie w reklamie **wizerunku osób wykonujących zawody medyczne** lub podających się za takie osoby lub przedstawianie osób prezentujących wyrób w sposób sugerujący, że wykonują taki zawód oraz reklamy, które zawierać będą bezpośredniego wezwania dzieci do nabycia reklamowanych wyrobów lub do nakłonienia rodziców lub innych osób dorosłych do kupienia im reklamowanych wyrobów. Tu także sankcja za nieprzestrzeganie tych zakazów może sięgać do 2 milionów złotych.

9.

REKLAMACJE KONSUMENCKIE

REWOLUCJA W ROZPOZNAWANIU REKLAMACJI KONSUMENCKICH

1 stycznia 2023 r. zaczną obowiązywać nowe przepisy wprowadzające rewolucję w zakresie rozpoznawania reklamacji konsumentkich. Do ustawy o prawach konsumenta dodany zostanie nowy rozdział dotyczący niezgodności towaru z umową. To właśnie te przepisy musisz stosować (a nie Kodeksu cywilnego jak dotychczas) w przypadku złożenia reklamacji przez konsumenta lub przedsiębiorcę na prawach konsumenta.

10.

INTERNETOWE PLATFORMY HANDLOWE

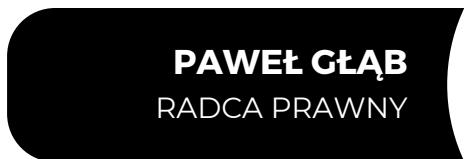
NOWE OBOWIĄZKI INFORMACYJNE MARKETPLACE'ÓW

Spora część nowych regulacji dotyczy funkcjonowania internetowych platform handlowych. Na dostawców tych platform nałożono szereg **obowiązków informacyjnych** dotyczących m.in. algorytmów plasowania ofert, płatnych wyników wyszukiwania, czy też informowania o tym, czy sprzedawca na platformie jest przedsiębiorcą.

INFORMACJE ZEBRALI



PIOTR KANTOROWSKI
RADCA PRAWNY



PAWEŁ GŁĄB
RADCA PRAWNY



Grafika wektorowa na okładce pochodzi z portalu Freepik.com